

e-ISSN: 2949-1983

# **Вестник**

**Поволжского государственного  
университета сервиса. Серия: Экономика**

**2023  
Том 19  
№ 2(73)**



# ВЕСТНИК

## Поволжского государственного университета сервиса.

### Серия: Экономика

Основан в 1995 г.

16+

Том 19  
№ 2 (73)  
2023

Ежеквартальный  
научный журнал

**Учредитель** – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса»

**Главный редактор**

Бородин Александр Иванович, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Финансовый менеджмент»  
(Российский экономический университет, Москва, Россия)

**Редакционная коллегия:**

Иванов Дмитрий Юрьевич, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Организация производства»  
(Самарский национальный исследовательский университет им. академика С.П. Королева)

Кара Анна Николаевна, доктор экономических наук, профессор

(Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)

Курилова Анастасия Александровна, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Финансы и кредит»

(Тольяттинский государственный университет, Тольятти, Россия)

Марченко Татьяна Ивановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Цифровая экономика и предпринимательство»

(Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)

Масюк Наталья Николаевна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры управления

(Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток, Россия)

Наумова Ольга Николаевна, доктор экономических наук, профессор

(Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)

Оруч Татьяна Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление»

(Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)

Панаедова Галина Ивановна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Налоговой политики и таможенного дела»

(Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия)

Ярыгин Григорий Олегович, кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры «Американские исследования»

(Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия)

**Ответственный секретарь:**

Идрисова Юлия Ленаровна

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.

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций Эл № ФС77-84290 от 26.12.2022 г.

Компьютерная верстка:  
А.А. Коростелев

Технический редактор:  
А.А. Коростелев

Адрес редколлегии, учредителя, редакции и издателя:  
445667, Российская Федерация, Самарская область, г. Тольятти, ул. Гагарина, 4  
Тел.: +7(927)02-90-177  
E-mail: centrpa@yandex.ru  
Сайт: <https://www.tolgas.ru/activities/science/>

Подписана верстка 12.08.2023.  
Выход в свет 15.08.2023.  
Формат 60x84 1/8.  
Заказ 2-29-07.



©2023 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0  
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## INFORMATION ABOUT THE MEMBERS OF THE EDITORIAL BOARD

### **Chief Editor**

Borodin Alexander Ivanovich, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Financial Management  
(Russian University of Economics, Moscow, Russia)

### **Editorial team:**

Ivanov Dmitry Yurievich, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department «Organization of Production»

(Samara National Research University, Samara, Russia)

Kara Anna Nikolaevna, Doctor of Economics, Professor

(Volga Region State University of Service, Togliatti, Russia)

Kurilova Anastasia Aleksandrovna, Doctor of Economic Sciences, professor, Head of the Department «Finance and Credit»

(Togliatti State University, Togliatti, Russia)

Marchenko Tatiana Ivanovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Digital Economy and Entrepreneurship

(Volga Region State University of Service, Togliatti, Russia)

Masyuk Natalia Nikolaevna, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Management

(Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok, Russia)

Naumova Olga Nikolaevna, Doctor of Economics, Professor

(Volga Region State University of Service, Togliatti, Russia)

Oruch Tatiana Anatolyevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Management

(Volga State University of Service, Togliatti, Russia)

Panaedova Galina Ivanovna, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Tax Policy and Customs Affairs

(North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia)

Yarygin Grigory Olegovich, Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of the Department «American Studies»

(Saint Petersburg State University, St. Petersburg, Russia)

## СОДЕРЖАНИЕ

### *экономические науки*

|                                                                                                                                                                                                                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ</b><br>АЗАРОВА Светлана Петровна .....                                                                                                                                             | 5  |
| <b>ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ – ВЧЕРА, СЕГОДНЯ И ЗАВТРА. ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ПРОБЛЕМАТИКА ЦИФРОВИЗАЦИИ ЗАКУПОК</b><br>АРИСТОВ Анатолий Викторович, АРИСТОВ Юрий Иванович,<br>КУРИЛОВА Анастасия Александровна..... | 11 |
| <b>СПЕЦИФИКА КОМПЛАЕНС-АУДИТА ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ</b><br>ПАРАМОНОВА Лариса Анатольевна, ШНЯКИНА Юлия Равильевна.....                                                                                                                                     | 16 |
| <b>ОБЗОР РЫНКА РОССИЙСКИХ ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПЕРСПЕКТИВЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ</b><br>САЙМАНОВА Ольга Гавриловна, МАЛАХОВ Сергей Валерьевич<br>САЙМАНОВ Вадим Юрьевич, ШУВАЛОВА Татьяна Витальевна .....                                       | 20 |
| <b>ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ</b><br>СУСЛОВ Сергей Александрович, ХАСАНОВА Алена Андреевна .....                                                                                                  | 25 |
| <b>ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КОМПАНИИ: ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ И ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ</b><br>ШНАЙДЕР Виктор Викторович, ШУМИЛОВА Ирина Владимировна .....                                                                                              | 30 |
| <b>К ВОПРОСАМ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ: СУЩНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ</b><br>ШНАЙДЕР Виктор Викторович, ФРОЛОВА Вероника Александровна .....                                                                                      | 33 |
| <b>Условия размещения материалов.....</b>                                                                                                                                                                                                                 | 37 |

## CONTENT

*economic sciences*

|                                                                                                                                                                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>STRUCTURAL ELEMENTS OF THE COMMODITY POLICY OF A PRODUCTION ORGANIZATION</b><br>AZAROVA Svetlana Petrovna .....                                                                                                                                               | 5  |
| <b>WAYS TO IMPROVE PROCUREMENT ACTIVITIES IN THE RUSSIAN FEDERATION – YESTERDAY, TODAY AND TOMORROW. EFFICIENCY AND PROBLEMS OF DIGITALIZATION OF PURCHASES</b><br>ARISTOV Anatoly Viktorovich, ARISTOV Yury Ivanovich,<br>KURILOVA Anastasia Aleksandrovna..... | 11 |
| <b>SPECIFICS OF COMPLIANCE AUDIT OF TRADING ORGANIZATIONS</b><br>PARAMONOVA Larisa Anatolevna, SHNYAKINA Yulia Ravilyevna .....                                                                                                                                  | 16 |
| <b>OVERVIEW OF THE MARKET OF RUSSIAN OPERATING SYSTEMS FROM THE POINT OF VIEW OF PROSPECTS OF IMPORT SUBSTITUTION</b><br>SAYMANOVA Olga Gavrilovna, MALAKHOV Sergey Valerievich<br>SAIMANOV Vadim Yurievich,, SHUVALOVA Tatyana Vitalievna .....                 | 20 |
| <b>TRENDS OF DEVELOPMENT AND IMPROVEMENT OF BUSINESS PROCESSES IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY</b><br>SUSLOV Sergey Alexandrovich, KHASANOVA Alena Andreevna .....                                                                                                | 25 |
| <b>FINANCIAL STABILITY OF A COMPANY: CONCEPT AND MAIN THEORETICAL ISSUES</b><br>SCHNEIDER Viktor Viktorovich, SHUMILOVA Irina Vladimirovna.....                                                                                                                  | 30 |
| <b>TO ISSUES OF SOLVENCY OF INSURANCE ORGANIZATIONS: ESSENCE, SIGNIFICANCE AND MAIN ISSUES</b><br>SCHNEIDER Viktor Viktorovich, FROLOVA Veronika Alexandrovna.....                                                                                               | 33 |
| <b>Conditions of accommodation of scientific materials.....</b>                                                                                                                                                                                                  | 37 |

УДК 339

## СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

© Автор(ы) 2023

АЗАРОВА Светлана Петровна, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации  
125167, Россия, Москва, Sazarova@fa.ru*

SPIN-код: 4465-7038

AuthorID: 644781

**Аннотация.** Товар является одним из наиболее значимых объектов на рынке, имеет свою стоимость и потребительную ценность, обладает определенным уровнем качества и набором свойств, показателями эффективности производства и потребления, а также другими важными характеристиками. Лишь при постоянном совершенствовании управления товарной политикой компания может выживать, развиваться и противостоять в жесткой конкурентной борьбе. В статье рассмотрены основные понятия товарной политики производственной организации и этапы ее формирования, проведен анализ свойств по уровням товаров в мультиатрибутивной модели Ф. Котлера, представлена классификация товаров по основным признакам, предложены направления углубления классификации продовольственных товаров по критерию термического состояния товара, способу, материалу и виду упаковки, дано сравнительное описание потребительских свойств продовольственных товаров и функций упаковки продовольственных товаров, выявлена корреляция по ряду признаков, а также сформированы предложения по расширению классификационных признаков продовольственных товаров, предложен инструмент морфологических таблиц для систематизации проявленных и латентных свойств товаров, с целью их комбинирования для разработки новых модификаций товара и обновления товарного ассортимента предприятия, показана роль эмоциональной функции упаковки, ее взаимосвязь с брендом и мерчендайзингом.

**Ключевые слова:** товарная политика, потребительские свойства товара, рынок, классификация свойств, упаковка товара, эмоциональная функция товара, бренд, мерчендайзинг.

## STRUCTURAL ELEMENTS OF THE COMMODITY POLICY OF A PRODUCTION ORGANIZATION

© Author(s) 2023

AZAROVA Svetlana Petrovna, associate professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation  
125167, Russia, Moscow, Sazarova@fa.ru*

**Abstract.** A product is one of the most significant objects on the market, has its own value and use value, has a certain level of quality and a set of properties, production and consumption efficiency indicators, as well as other important characteristics. Only with the constant improvement of product policy management can a company survive, develop and resist in tough competition. The article considers the basic concepts of the commodity policy of a manufacturing enterprise and the stages of its formation, analyzes the properties by product levels in the multi-attribute model of F. Kotler, the classification of goods according to the main features is presented, directions for deepening the classification of food products according to the criterion of the thermal state of the product, the method, material and type of packaging are proposed, a comparative description of the consumer properties of food products and the functions of packaging food products is given, a correlation is revealed for a number of characteristics, and proposals for expanding the classification features of food products, a toolkit of morphological tables is proposed for systematizing the manifested and latent properties of goods, in order to combine them to develop new modifications of the goods and update the product range of the enterprise, the role of the emotional function of packaging, its relationship with the brand and merchandising is shown.

**Keywords:** product policy, consumer properties of the product, market, classification of properties, product packaging, emotional function of the product, brand, merchandising.

### ВВЕДЕНИЕ

Товарная политика – это маркетинговая деятельность, связанная с планированием и осуществлением совокупности мероприятий и стратегий по формированию конкурентных преимуществ и созданию таких характеристик товара, которые делают его привлекательным для потребителя и прибыльным для компании [4]. Реализация товарной политики осуществляется по направлениям: обеспечение и формирование ассортимента; поддержание конкурентоспособности товаров; нахождение для товаров оптимальной ниши; разработка мероприятий, связанных с обслуживанием товаров. Товарная политика, с одной стороны, – составляющая комплекса маркетинга, наряду с ассортиментной, ценовой политикой, политикой продвижения и распределения, которая обеспечивает достижение целей организации путем предоставления потребителю необходимых ему товаров, с другой стороны, – определяет стратегию развития компании в целом [3]. Таким образом, товарная политика имеет высокое значение для производственных и торговых организаций, поскольку и те, и другие ориентированы на потребительский рынок. Теоретические аспекты товарной политики достаточно подробно освещены в научных трудах зарубежных и отечественных исследователей Дж. Бернета, К. Бэрри, Е. Н. Голубкова, М. Ю. Горнштейна, Ф. Котлера, Н. А. Нагапетьянц, М. А. Николаевой, В. А. Полякова, Г.

А. Резник, И. М. Синяева и других. Однако во многих научных трудах и учебных материалах не проводится дифференциация между товарной политикой производственной организации и товарной политикой торговой организации, что вызывает путаницу, особенно в среде обучающихся маркетингу. В учебной и научной литературе также не рассмотрены требования к товарам с точки зрения логистических посредников, что, на наш взгляд, является перспективной нишей для научных исследований в рамках маркетинга взаимодействия.

### МЕТОДОЛОГИЯ

При разработке научного материала использовались следующие общетеоретические методы исследования: системный и функциональный анализ, сравнение, группировка, обобщение, классификация. В работе также используется узкопрофессиональный метод маркетингового анализа (мультиатрибутивная модель товара), в качестве перспективного метода исследований при разработке товарной матрицы предлагается использовать морфологический анализ (морфологические таблицы).

### РЕЗУЛЬТАТЫ

Товарная политика разрабатывается исходя из покупательского спроса, потребностей покупателей, наличия на рынке аналогов товара, производственных, технических возможностей компании и других факторов. Она, с одной стороны, нацелена на стратегическое развитие, с другой стороны, необходима и на тактическом уровне.

не управления предприятием. Цель товарной политики в стратегическом аспекте заключается в формировании сбалансированного продуктового портфеля с точки зрения обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ, а в тактическом аспекте – с точки зрения рентабельности отдельных продуктов. К задачам товарной политики следует отнести: формирование конкурентоспособного товарного ассортимента; своевременную разработку, выпуск новых товаров; обеспечение качества товара, конкурентоспособности; формирование имиджа путем действенного ассортимента; разработку рыночной атрибутики товара [6]. И. М. Синяева считает, что: «главное назначение товарной политики – обеспечение преемственности решений по таким аспектам, как организация поисковых маркетинговых исследований; формирование и своевременная корректировка ассортимента; обеспечение конкурентоспособности товаров; разработка их упаковки, маркировки; обеспечение послепродажного сервиса» [14]. Для разработки и реализации эффективной товарной политики необходимо наличие стратегии развития компании; глубокие знания о целевом рынке, потребностях покупателей; ясное понимание целей производства, сбыта; знания о возможностях и ресурсах компании.

Управление товарной политикой предполагает систему целенаправленных действий и решений по непрерывному совершенствованию конкурентных преимуществ предприятия через максимальное удовлетворение потребностей рынка. Формируя товарную политику, предприятие должно учитывать влияние множества разных факторов, уделять внимание каждому этапу разработки товарной политики, вести контроль выполнения всех функций товарной политики. Следовательно, со стороны руководства компании требуется грамотное управление товарной политикой, основанное на принципах целостности, структурности, обратной связи с потребителями и включает несколько этапов [2]. Основные этапы управления товарной политикой предприятия – это постановка целей и задач; выбор товарных стратегий; концепций товарной политики (ассортиментной, концепции нового товара); составление и разработка планов (план сбыта, продаж, товарных запасов); разработка мероприятий (продвижение, мерчандайзинг, стимулирование сбыта, обслуживание); определение бюджета; реализация и контроль.

Управление товарной политикой на предприятии начинается с установления целей и задач, которые могут быть разными в зависимости от текущего положения организации, ее стратегии, планов на перспективу. Кроме того, на определение целей и задач товарной политики влияют внешние факторы, как макро-, так и микросреды. Поэтому, прежде чем поставить конкретные цели, необходимо провести углубленный анализ внешней и внутренней среды предприятия, выявить его сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. На основе полученных результатов определяются цели товарной политики. Второй этап управления товарной политикой предполагает выбор товарных стратегий, поскольку для реализации установленных целей требуется стратегический подход, решения должны приниматься на основе долгосрочных целей компании. Обязательным условием принятия решений является согласованность товарных стратегий с основными стратегиями и стратегиями отдельных инструментов комплекса маркетинга. На третьем этапе предприятие выбирают концепции товарной политики: ассортиментную концепцию и концепцию нового товара. Первая предполагает совершенствование ассортимента товаров с учетом потребностей покупателей, поэтому предварительно требуется провести анализ ассортимента товаров, оценить его эффективность, соответствие покупательскому спросу. Концепция нового товара, в свою очередь, отражает ключевые требования к новому товару в зависимости от потребительских предпочтений, его прогнозируемые показатели, спосо-

бы позиционирование товара. Четвертый этап управления товарной политикой – это разработка и составление товарного плана, в котором следует отразить плановый объем производства по видам или группам товаров в натуральном и стоимостном выражении, средний размер запасов, размер партий и др. На пятом этапе разрабатывают план мероприятий, направленных на достижение установленных целей. При их разработке учитывают конкурентное положение предприятия, влияние внешних и внутренних факторов маркетинговой среды. Основные мероприятия касаются продвижения товаров, в том числе стимулирования сбыта и мерчандайзинга. Шестой этап предполагает составление бюджета товарной политики предприятия исходя из суммы затрат, требуемых на организацию и проведение мероприятий. Реализация и контроль управления товарной политикой осуществляется на каждом из перечисленных этапов в форме промежуточного контроля, а после завершения управленческого цикла необходим заключительный контроль.

Таким образом, товарная политика предполагает использование комплекса мероприятий, связанных с улучшением визуального вида товара, его свойств, способностей удовлетворить потребностей покупателей для формирования конкурентных преимуществ предприятия на рынке. Только путем точного выяснения и понимания того, чего хотят потребители, какие потребности будут удовлетворены производимыми и реализуемыми товарами, можно вести эффективное управление товарной политикой. Для этого используются следующие основные инструменты: бренд, сформированный на принципах ценностно-ориентированного маркетинга; потребительская ценность товара, управление ею; ассортимент; объективные характеристики товара; жизненный цикл товара; цена; упаковка; качество (его управление), представленность в торговых сетях, магазинах; мерчандайзинг [5].

Как было показано выше, товар занимает центральное место в процессе формирования товарной политики предприятия, тем самым является ключевым понятием концепции маркетинга, поскольку остальные элементы в этой концепции в большей или меньшей степени зависят от характеристик товара, занимаая подчиненное место [14]. По мнению Ф. Котлера: «товар – это все то, что должно удовлетворить потребность и предлагается рынку в целях привлечения внимания, приобретения, использования или потребления» [7]. Наиболее часто применяемая трактовка понятия «товар» принадлежит В. Стентону: «это комплекс ощутимых и неосознаваемых свойств, к которым относятся упаковка, цвет, цена, престиж производителя и розничного торговца, то есть свойств, которые покупатель согласен принять для удовлетворения своих нужд и желаний» [2].

Структурно свойства товаров, выраженные разноразноуровневыми «атрибутами», рассмотрены в концепции мультиатрибутивной модели Ф. Котлера. Модель состоит из трех уровней атрибутов (рисунок 1), ядро модели представляет собой «товар по замыслу», удовлетворяющий ключевую потребность в общем виде, например, потребность в питании. На втором уровне модели рассматривается «товар в реальном исполнении», характеристика товара в реальном исполнении предполагает описание его наиболее значимых свойств, таких как: уровень качества, набор свойств, специфическое оформление, марочное название и упаковка. Товар в реальном исполнении обладает конкретным набором потребительских свойств, например: «Паштет из мяса кролика», вес 300 г, производитель Агрохолдинг «Семиречье». Третий уровень мультиатрибутивной модели рассматривает «товар с подкреплением», к основным потребительским характеристикам которого добавляются в нашем примере место приобретения товара, например ТД «Перекресток»; участие товара в акции по стимулированию сбыта; проведение дегустации товара в торговом

зале магазина; бесплатный буклет о пользе мяса кролика и способах его приготовления.

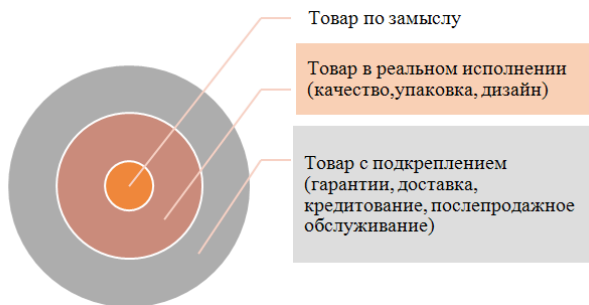


Рисунок 1 – Три уровня товара по Ф. Котлеру

Классификация товаров по различным признакам, представленная в таблице 1, дает представление о разнообразии свойств товаров, которые могут быть приоритетными при выборе тех или иных товаров различными сегментами потребителей.

Таблица 1 – Классификация товаров по основным признакам, составлено на основе [3; 11; 16].

| Признаки                                                  | Виды товаров                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1) цель применения товаров                                | 1.1) потребительские (товары широкого потребления), предназначенные для удовлетворения личных потребностей (продукты питания, одежда, мебель, автомобили);<br>1.2) промышленные (товары производственного назначения) (сырье, сельхоз продукция, техника, оборудование).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 2) характер спроса – для потребительских товаров          | 2.1) повседневного спроса (хлеб, мыло, газеты);<br>2.2) предварительного выбора (одежда, мебель);<br>2.3) периодического спроса;<br>2.4) импульсной покупки (без планирования);<br>2.5) особого, ограниченного спроса (престижные товары);<br>2.6) для экстренных случаев (лекарства, на Новый год);<br>2.7) пассивного спроса (новые товары, учебники, страховые полисы);<br>2.9) сезонного спроса (лыжи, коньки, сезонная одежда, и т. д.).                                                                                                                                             |
| 3) длительность пользования – для потребительских товаров | 3.1) одноразовые;<br>3.2) кратковременного пользования (продукты питания, напитки, кондитерские изделия, туалетные принадлежности);<br>3.3) длительного пользования (одежда, мебель, техника).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 4) характер взаимодействия между собой                    | 4.1) взаимодополняющие (комплементарные) (зубная паста и щетка, автомобиль и шины, мотоцикл и бензин);<br>4.2) взаимозаменяемые (субституты) (прямые конкуренты).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 5) потребительское восприятие                             | 5.1) идентичные товары (похожи по характеристикам, качеству);<br>5.2) схожие (похожие свойства, но отличие в цене);<br>5.3) дифференцированные (подобны, но не идентичны другим);<br>5.4) новые товары.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 6) роль в портфеле бренда                                 | 6.1) товары-лидеры – первые позиции в сегменте рынка;<br>6.2) товары-локомотивы генерируют основной объем продаж и прибыли, поддерживаются рекламой;<br>6.3) товары-муравьи дают высокий объем продаж (до 50 % от портфеля), но могут иметь низкую рентабельность; почти не растут, не поддерживаются рекламой, приносят стабильный доход;<br>6.5) тактические товары - для временной поддержки бренда (промо-продукты), для укрепления позиций бренда или для увеличения лояльности целевой аудитории;<br>6.6) стимулирующие товары призывают совершить пробную покупку в пользу бренда. |
| 7) сырьевой признак                                       | 7.1) продовольственные (рыбные, молочные, бакалейные);<br>7.2) непродовольственные (трикотаж, обувь, хозяйственные товары, галантерея).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|                                       |                                                                                     |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 8) режим и срок хранения              | 8.1) скоропортящиеся;<br>8.2) длительного хранения (не скоропортящиеся).            |
| 9) число удовлетворяемых потребителей | 9.1) массовый товар;<br>9.2) штучный (единичный) товар;<br>9.3) эксклюзивный товар. |

Несмотря на огромное разнообразие товаров, они должны обладать определенными потребительскими свойствами или характеристиками, необходимыми для удовлетворения соответствующих потребностей [4]. Кроме того, различающиеся по назначению товары характеризуются вполне определенными группами свойств. Например, продовольственные товары в целом проявляют свойства, указанные в таблице 2.

Таблица 2 – Потребительские свойства продовольственных товаров, составлено на основе [17].

| Наименование свойств      | Раскрытие содержания свойств                                                                                                                                         |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| пищевая ценность          | Комплексное свойство продовольственных товаров, включающее энергетическую, биологическую, физиологическую и органолептическую ценность и усвояемость                 |
| безопасность              | Состояние обоснованной уверенности в том, что продукты при обычных условиях их использования не являются вредными и не представляют опасности для здоровья           |
| кулинарно-технологические | Связаны со степенью технологической обработки продукта, удобством и затратами времени на приготовление пищи                                                          |
| эргономические            | Связаны с расфасовкой и упаковкой продовольственных товаров, т. к. именно эти факторы обеспечивают удобство и комфорт при употреблении                               |
| эстетические              | Зависят от некоторых органолептических характеристик (внешнего вида, формы, цвета), а также от степени товарной обработки, качества упаковки и технологии реализации |
| экологические             | Характеризуются возможностью утилизации отходов, упаковки или товаров, опасных для пищевых целей, без вредного воздействия на окружающую среду                       |

На наш взгляд, рассмотренные в таблице 1 и таблице 2 классификации товаров обладают высоким потенциалом для формирования ассортиментного предложения производственного предприятия. В частности, использование данных классификационных признаков позволяет составить морфологическую таблицу, упорядочивая проявленные товаром свойства в виде шкалы, заполняя «пустографки» непроявленных (латентных) товарных свойств, а также систематизируя свойства с целью их комбинирования для разработки новых модификаций товара и последующего обновления товарного ассортимента.

Представленные выше классификационные признаки можно углублять, в зависимости от частных свойств конкретного товара. Например, для пищевой продукции кролиководства, в п. 8.2 таблицы 1 «Товары длительного хранения» уместно добавить признак термического состояния (неохлаждаемые, охлажденные, замороженные). Способ упаковки также является важным классификационным признаком (п. 4 таблицы 2). Например, по способу упаковки товары могут обладать индивидуальной и групповой упаковкой; по материалу упаковки можно выделить картонную, полимерную, стеклянную и металлическую виды упаковки; по виду упаковки товары могут продаваться в банках, бутылках, лотках, на развес и на розлив в многооборотную тару и в тару покупателя. Упаковка может быть многослойной, вакуумной, с регулируемой газовой средой. Наконец, дизайн упаковки, несомненно, влияет на сенсорное восприятие товара, а удобство открытия упаковки дает потребителю незабываемый (положительный или отрицательный) потребительский опыт. Собственно, сам пищевой продукт может классифицироваться по степени готовности

к употреблению потребителем (п. 3 таблица 2): полностью готов к употреблению, не требующий перетаривания для тепловой обработки, требующий перетаривания и последующей тепловой обработки, требующий механической и тепловой обработки. Обращаясь к другому признаку, – способу покупки, стоит признать, что розничная торговля каждый год показывает рост доли дистанционных транзакций с доставкой товара потребителю на дом. Приведенные выше примеры отражают тенденцию современных потребителей пищевых продуктов всячески минимизировать суммарные затраты по покупке и приготовлению пищи в условиях домохозяйства. Соответственно, встраивая такие свойства пищевых продуктов, как «удобная упаковка», «время на покупку» и «время на приготовление» в конструкцию мультиатрибутивной модели Ф. Котлера, становится понятно, что при прочих равных условиях, для потребителя, желающего минимизировать время на приготовление пищи, ключевым фактором принятия решения о покупке будет соответствие товара именно этим критериям.

Отметим, что такой критерий, как «удобство покупки и доставки» скорее должен быть отнесен к критерию «сервис» (третий уровень в мультиатрибутивной модели Ф. Котлера), так как характеризует не сам товар, а процесс выполнения услуги. Однако с точки зрения восприятия потребителем товара с дополнением, присутствием данной опции также следует отнести к значимым факторам потребительского выбора.

Еще один комментарий следует адресовать в отношении самого перечня потребительских свойств товаров. На наш взгляд, уже сегодня следует дополнить его таким свойством, как «этичность». Актуальность такой классификационной инновации можно обосновать фактически присутствующими в ассортименте магазинов «халяльных» пищевых продуктов, а также обсуждением на законодательном уровне внедрения на российском рынке «исламского банкинга» [8; 13]. Такие понятия, как «справедливая цена», «неиспользование детского труда» и «отказ от тестирования косметических средств на животных», – примеры этических поступков, которые современный российский покупатель расценивает как этичность бизнеса и этичность товара. Готовы ли россияне уже сегодня покупать «этичные» товары по премиальной цене – дискуссионный вопрос, однако, при прочих равных условиях, возможно, предпочтут «этичный» товар «неэтичному». Приведенный пример говорит также о том, что перечень свойств товаров далеко не исчерпан, он может пополняться новыми классификационными признаками и свойствами товаров, что открывает новые горизонты научного поиска.

Как было показано, несмотря на наличие множества самых разных свойств и характеристик товара, для целевого сегмента покупателей имеют значимость лишь те, которые удовлетворяют его потребности. В свою очередь, на способность товара удовлетворять те или иные требования конкретного потребителя влияют не только объективные свойства товара, но и психологическое восприятие товара потребителем. Чем выше ощущение своих потребностей у покупателя, осознание того, что через приобретаемый товар она будет удовлетворена, тем выше эффект полезности, ценности товара для потребителя. Учитывая, что ценность товара выражается через соотношение ожидаемых выгод (функциональная полезность, положительные эмоции) и фактических издержек потребителя на его покупку, доставку, сборку и использование, отметим субъективный характер потребительской оценки товара. Таким образом, упаковка выступает важным инструментом товарной политики предприятия, поскольку играет ключевую роль в формировании и восприятии качества товаров потребителем, а именно, упакованных продуктов питания. Упаковка товара выполняет защитную, экологическую функцию, функцию по обеспечению удобства товара, имиджевую и коммуникационную, торговую, информационную, а

также эмоциональную функции [18]. Рассмотрим функции упаковки подробнее в таблице 3.

Таблица 3 – Функции упаковки товара, составлено на основе [12; 18].

| Наименование функции              | Содержание функции                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Защитная функция                  | Способность упаковки товара в том, чтобы он оставался в целостности и сохранности с момента его производства и до покупки его потребителем. Во время хранения, транспортировки и ожидания покупки товар может испортиться, ухудшиться или потерять не только надлежащий вид товара, но и свои потребительские свойства |
| Экологическая функция             | Суть данной функции заключается в рациональном использовании упаковок, возможности ее переработки и повторного использования, минимизации вредного воздействия на окружающую среду                                                                                                                                     |
| Обеспечение удобства товара       | Упаковка товара должна быть удобной как для использования, так и для хранения и транспортировки. Требования к упаковке товара со стороны потребителя, логистических и розничных посредников могут быть диаметрально противоположными, поэтому производитель товара должен выработать оптимальное решение               |
| Имиджевая функция                 | Упаковка значительно влияет на имидж товара или бренда. Упаковка товара должна соответствовать позиционированию товара (бренда), повторять его слоган, логотип, фирменные цвета и прочие сенсорные атрибуты                                                                                                            |
| Коммуникационная функция          | Упаковка отвечает за донесение информации до потенциального покупателя. Она должна донести до целевой аудитории гарантию качества, уверенность, что товар находится в целостности и сохранности                                                                                                                        |
| Торговая и информационная функция | Упаковка обязана не только заменять продавца в магазинах самообслуживания и доносить до клиента сведения о товаре, но и рекламировать его                                                                                                                                                                              |
| Эмоциональная функция             | Заключается в уверенности покупателя в том, что его выбор не сравнится ни с какими другими товарами. В упаковке важен каждый элемент: форма, дизайн, содержание, шрифт, цвет. Дизайн упаковки должен обладать свойствами современности, понятности, привлекательности, запоминаемости                                  |

Отметим схожесть характеристик функций упаковки (таблица 3) и потребительских свойств продовольственных товаров (таблица 2). Из семи функций упаковки имеется корреляция по трем группам свойств товаров: безопасность, эргономичность, эстетичность и экологичность. В то же время по ряду функций упаковки наблюдается более широкое их понимание. Например, «Обеспечение удобства товара» рассматривается не только с точки зрения удобства покупки, хранения и использования потребителем, но и, не в меньшей мере, с точки зрения удобства оборота товара у логистических и розничных партнеров производственного предприятия. Экологическая и защитная функции упаковки при ближайшем рассмотрении нашли отражение в таких потребительских свойствах товара, как «Экологические свойства товара» и «Безопасность товара». В то же время «Эстетические свойства товара» перекликаются с п. 4, 6, 7 таблицы 3, выражающими, на наш взгляд, отдельные аспекты эстетических функций упаковки товара: имиджевой, торговой и эмоциональной.

Пристального внимания, по нашему мнению, требует формирование и реализация эмоциональной функции упаковки. С точки зрения управления товарной политикой, одним из объектов управления выступает бренд. Бренд нацелен, прежде всего, на формирование эмоциональной связи между продавцом и покупателем. Таким образом, эмоциональная функция упаковки реализуется более или менее успешно в зависимости от наличия, известности и имиджа товарного бренда. Визуальная идентификация бренда на упаковке товара является одним из аспектов рекламы бренда, которая также включает рекламу и PR-деятельность бренда на различных физи-

ческих и виртуальных носителях в различных коммуникационных каналах. Таким образом, брендирование товара – необходимое условие современного потребительского рынка продовольственных товаров, создающее дополнительные свойства товара, основанные на эмоциональной связи и способствующие быстрому узнаванию товара потребителем. При разработке бренда требуется выяснить наиболее важные для потребителей свойства товара и обеспечить потребительскую ценность товара по данным свойствам. Таким образом, управление потребительской ценностью товара выступает важным инструментом товарной политики предприятия. Оно предполагает работу с потребительским опытом, эмпирическими и эстетическими функциями товара так, чтобы его воспринимали, как нечто лучшее в отличие от других [15].

Рассмотренные нами функции упаковки неразрывно связаны с такой специфической сферой деятельности, как мерчандайзинг. Мерчандайзинг – один из важнейших аспектов успешных продаж товара в розничных торговых сетях и магазинах самообслуживания, что подтверждают исследования консультационной компании «Бизнес-Интел» в крупнейших торговых точках Санкт-Петербурга. Выяснилось, что 80 % покупателей решение о приобретении товара приняли лишь рядом с витриной. Т. Н. Наумова отмечает, что грамотная выкладка и реклама вместе дают прирост сбыта до 25 % – для отдела, а для конкретных наименований – до 90 % [9]. С точки зрения производителя товара, следует понимать, что потребитель увидит упакованный товар на полке (в холодильном шкафу или ларе) розничного магазина, как правило, рядом с другими упаковками аналогичной продукции. Перечисленные в таблице 3 функции упаковки и, опосредованно, свойства товаров (таблица 2) будут оценивать потенциальный покупатель, а результатом его оценки станет принятое решение о покупке того или иного товара. Таким образом, с помощью «правильной упаковки» производитель способен продвигать товар, создавать сильные бренды, привлекать к ним внимание потребителей.

Наряду с брендом, важнейшим инструментом управления товарной политикой является ассортимент товаров. ГОСТ Р 51303-2013 дает данному термину следующее определение: «набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков, предназначенный для продажи населению» [1]. Различают производственный и торговый ассортимент. В первом случае речь идет о номенклатуре товаров, выпускаемых промышленным или сельхозпредприятием; а торговым ассортиментом является номенклатура товаров, реализуемых в предприятиях розничной торговли. Ассортимент может быть простым и сложным, укрупненным, развернутым и смешанным. Каждое производственное и торговое предприятие формирует свой ассортимент в зависимости от множества различных внешних и внутренних факторов. Первые включают в себя этап жизненного цикла товара, сроки его продажи, хранения, спрос на товар, его ценовую категорию, сезонность. К внутренним факторам относят, прежде всего, тип предприятия, его месторасположение, стратегию; торговую площадь, товарное соседство, мерчандайзинг, рентабельность товара. Перечисленные факторы оказывают заметное влияние на показатели ассортимента товаров, таких, как широта, глубина, новизна, комплексность и др. Поэтому решения в отношении управления ассортиментом следует принимать на основе результатов мониторинга продаж, рентабельности товаров, изменений на рынке и в экономике [6].

#### ВЫВОДЫ

Подводя итоги проведенного исследования, сформируем основные выводы. Товарная политика разрабатывается исходя из покупательского спроса, потребностей покупателей, наличия на рынке аналогов товара, производственных, технических возможностей

компаний и других факторов. Формирование товарной политики производственного предприятия включает несколько этапов и является довольно сложным процессом, в ходе которого используется множество инструментов. Ключевым объектом управления товарной политики производственного предприятия является собственно товар, его свойства, которые он демонстрирует как на этапе оборота, так и в условиях покупки, хранения и потребления покупателем этого товара. Классификационные признаки потребительских свойств продовольственных товаров можно углублять, в частности, по технологическим классификационным признакам, в зависимости от частных свойств конкретного товара. Данная практика способна расширять перечень свойств товаров, пополнять его новыми классификационными признаками и свойствами товаров, что открывает новые горизонты научного поиска. Дополнительные инструментальные возможности выявления и рассмотрения латентных потребительских свойств товаров, на наш взгляд, лежат в совместном использовании такого инструментария, как классификация товаров и мультиатрибутивная модель товара, что позволит совершенствовать разработку свойств и прогнозирование спроса на товар. В то же время, производителям товара не следует игнорировать востребованные современным потребителем «халяльные» пищевые продукты, наличие которых, вместе с другими предпосылками («справедливая цена», «неиспользование детского труда» и «отказ от тестирования косметических средств на животных»), являют собой аргументацию к введению в классификационную практику категории «этичный» товар, т.е. товар, обладающий определенными этическими свойствами. Мы утверждаем, что перечень свойств товаров далеко не исчерпан, он будет пополняться новыми классификационными признаками и свойствами товаров, что открывает новые горизонты научного поиска и маркетинговой практики. Использовать или не использовать этот потенциал – зависит от выбора менеджмента производственного предприятия. Важную роль в восприятии товара покупателем выполняет упаковка товара, особенно это характерно для продовольственных товаров, которые продаются упакованными. Функции упаковки во многом пересекаются со свойствами товаров, что говорит о восприятии потребителем товара и его упаковки в единстве выполняемых функций и свойств. В этой связи возрастает роль эмоциональных свойств упаковки, что может быть использовано в продуктовом брендинге и магазинном мерчандайзинге упакованных продовольственных товаров. Таким образом, современный инструментарий товарной политики располагает, как теоретическими наработками, так и практическим полем деятельности, на котором возможно развертывание комплексного и системного подхода к управлению товаром, учитывая особенности каждого объекта управления товарной политикой производственного предприятия.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения».
2. Абдурашитова, П.М. Содержание товарной политики предприятия / П.М. Абдурашитова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 9-1 (67). – С. 8-11.
3. Бочкарева, В.С. Роль товарной политики в повышении эффективности деятельности предприятия / В.С. Бочкарева, А.Д. Пономарева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 5-1 (75). – С. 52-54.
4. Горништейн, М.Ю. Современный маркетинг: монография / М.Ю. Горништейн. – 2-е изд. – М.: Даиков и К°, 2019. – 404 с.
5. Жильцова, О.Н. Современные организационные формы управления маркетингом / О.Н. Жильцова // Маркетинг и логистика. – 2019. – №5 (25). – С. 32-41.
6. Ильенкова, К.М. Обзор теоретических подходов к формированию товарной и ассортиментной политики компании / К.М. Ильенкова, В.П. Неганова // Журнал экономической теории. – 2019. – Т. 16. – №3. – С. 581-586.
7. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс-курс: учебное пособие / Ф.Котлер, К.Л. Келлер. – 6-е изд. – СПб: Питер, 2019. – 448 с.
8. Мясо по канонам шариата. Особенности и перспективы российского рынка халяль – Журнал «Агроинвестор» // [Электр. ресурс]:

<https://www.agroinvestor.ru/animal/article/34154-myaso-po-kanonam-shariata-osobennosti-i-perspektivy-rossiyskogo-rynka-khalyal/> (дата обращения 07.05.2023).

9. Наумова, Т.Н. Основные принципы и проблемы применения мерчендайзинга / Т.Н. Наумова // Вестник магистратуры. – 2015. – №9(48). – С.56-57.

10. Ниязметова, Е.Б. Развитие бренда как фактор повышения конкурентоспособности товаров на рынке // *International Journal of Innovative Technologies in Economy*. – 2019. – №5(25). – С.43-46.

11. Николаева, М.А. Товарная политика: учебник / М.А. Николаева – М.: ИНФРА-М, 2019. – 256 с.

12. Петрова, А.В. Маркетинговый подход к потребительской упаковке товаров / А.В. Петрова, Л.А. Донскова // *Экономика и бизнес: теория и практика*. – 2022. – № 2-1(84). – С. 144-148.

13. Россия на 50% нарастила экспорт халяльной продукции в 2022 году// [Электр. ресурс]: <https://sfera.fm/news/rossiya-na-50-narastila-eksport-halyalnoj-produkcii-v-2022-godu> (дата обращения 18.05.2023).

14. Синяева, И.М. Маркетинг: учеб. пособие / под ред. проф. И.М. Синяевой. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. – 384 с.

15. Товарищай, Т.И. Потребительская ценность как источник конкурентных преимуществ / Т.И. Товарищай // *Практический маркетинг*. – 2019. – №11(273). – С.27-30.

16. Теоретические основы товароведения: учеб. пособие / Е.А. Антинескул, А.Р. Гарипова, А.А. Ясырева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2019. – 101 с.

17. Чернышева, Ю.С. Исследование факторов, формирующих потребительские свойства продовольственных товаров / Ю.С. Чернышева, Ж.В. Горностаева, В.Е. Жидков // *KANT*. – 2018. – № 3 (28). – С.268-272.

18. Штепа, Ю.И. Роль упаковки и дизайна товара в формировании бренда / Ю.И. Штепа // *Символ науки*. – 2020. – № 5. – С.120-122.

*Received date: 04.07.2023*

*Revised date: 18.07.2023*

*Accepted date: 10.08.2023*

УДК 338

## ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ – ВЧЕРА, СЕГОДНЯ И ЗАВТРА. ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ПРОБЛЕМАТИКА ЦИФРОВИЗАЦИИ ЗАКУПОК

© Автор(ы) 2023

**АРИСТОВ Анатолий Викторович**, аспирант,  
Тольяттинский государственный университет

445020, Россия, Тольятти, aristov.anatoly163@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-0955-5147

**АРИСТОВ Юрий Иванович**, преподаватель,

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение городского округа Тольятти «Школа №73 имени Героя Советского Союза Н. Ф. Карацупы»

445011, Россия, Тольятти, aristov.yu.i@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-1896-1227

**КУРИЛОВА Анастасия Александровна**, доктор экономических наук,  
профессор института финансов, экономики и управления

Тольяттинский государственный университет

445020, Россия, Тольятти, aakurilova@yandex.ru

SPIN: 2332-0017

AUTHORID: 626213

RESEARCHERID: F-6007-2016

ORCID: 0000-0002-1943-5675

SCOPUSID: 56422298700

**Аннотация.** В научной статье рассматриваются актуальные вопросы, связанные с совершенствованием информационных технологий, обеспечивающих достижение эффективности в сфере закупочной деятельности, повышением уровня экономики в стране, организацией и управлением процессами осуществления закупок, обеспечением конкурентоспособности и соблюдением основных принципов противодействия коррупции, в том числе цифровизации закупок товаров, работ, услуг. В научном исследовании изучается приоритетное направление: достижение эффективности осуществления закупок в РФ, путем совершенствования информационных технологий в сфере экономики, управлении и цифровизации. Цифровизация закупок товаров, работ, услуг совершенствуется и развивается, внедряется во все сферы жизнедеятельности социального общества, экономики, государственном и муниципальном управлении, образовании, здравоохранении и иных направлений. При исследовании процессов закупочной деятельности в РФ был проведен анализ эффективности осуществления закупок в единой информационной системе за период 2014–2022 год. Проведенный анализ показывает достижения эффективности осуществления закупок в РФ, также требует доработки и совершенствования необходимого функционала ЕИС и систем внешнего заказа.

**Ключевые слова:** эффективность, совершенствование, информационные технологии, единая информационная система, системы внешнего заказа, экономика, экономия, организация, управление, конкурентоспособность, противодействие коррупции, цифровизация, закупочная деятельность, закупки товаров, работ, услуг, контракт.

## WAYS TO IMPROVE PROCUREMENT ACTIVITIES IN THE RUSSIAN FEDERATION – YESTERDAY, TODAY AND TOMORROW. EFFICIENCY AND PROBLEMS OF DIGITALIZATION OF PURCHASES

© The Author(s) 2023

**ARISTOV Anatoly Viktorovich**, graduate student,  
Togliatti State University,

445011, Russia, Togliatti, aristov.anatoly163@yandex.ru

**ARISTOV Yuri Ivanovich**, teacher,

Municipal Budgetary Educational Institution of the Togliatti City District «School N73 named after Hero of the Soviet Union N. F. Karatsupy»

445011, Russia, Togliatti, aristov.yu.i@yandex.ru

**KURILOVA Anastasia Aleksandrovna**, doctor of economics, professor,  
Institute of finance, economics and management

Togliatti State University

445020, Russia, Togliatti, Aakurilova@yandex.Ru

**Abstract.** The scientific article deals with topical issues related to the improvement of information technologies that ensure efficiency in the field of procurement, improving the level of the economy in the country, organizing and managing procurement processes, ensuring competitiveness and compliance with the basic principles of anti-corruption, including digitalization of purchases of goods, works, services. The scientific research examines the priority direction: achieving the effectiveness of procurement in the Russian Federation by improving information technologies in the field of economics, management and digitalization. Digitalization of purchases of goods, works, services is being improved and developed, is being implemented in all spheres of social society, economy, state and municipal administration, education, healthcare and other areas. In the study of procurement processes in the Russian Federation, an analysis of the effectiveness of procurement in the unified information system for the period 2014–2022 was carried out. The analysis shows the achievements of the effectiveness of procurement in the Russian Federation, also requires the refinement and improvement of the necessary functionality of the EIS and external ordering systems.

**Keywords:** efficiency, improvement, information technology, unified information system, external order systems, economy, economy, organization, management, competitiveness, anti-corruption, digitalization, procurement, procurement of goods, works, services, contract.

### ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.

На сегодняшний день с большой скоростью происходит развитие цифровизации страны в различных на-

правлениях, реализация функционала информационных технологий в сфере закупок, направленная на обеспечение максимальной цифровизации профессиональной деятельности, организации и управления по осуществлению закупок в стране, что является важной и при-

оритетной задачей в современных условиях торговой деятельности в Российской Федерации.

Единая информационная система (далее – ЕИС) является единым информационным пространством осуществления закупок в РФ, в порядке, установленном законами о контрактной системе [1; 2]. В ЕИС отображается статистическая информация и сведения о закупочной деятельности в РФ. Данная система совершенствуется и развивается, создаются новые функциональные возможности осуществления рабочих действий в системе(ах), как со стороны заказчиков, так и контрагентов (поставщиков, исполнителей, подрядчиков и иных) [10].

*Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых основывается автор(ы); выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.*

В настоящее время актуальны вопросы, связанные с совершенствованием и достижением эффективности осуществления закупок в РФ, ведением и поддержанием функционала информационных технологий, развитием цифровизации и экономики, организации и управлением закупочной деятельности в РФ, которым посвящены различные научные исследования, публикации, например: А. Ю. Лябах, В. С. Куликов [4, С. 1-2; 9], Е. В. Строганова [5], П. П. Кабытов [3], В. В. Фрунзе [6], В. Ю. Цибульникова [7, с. 24] и др. Особое внимание вопросам совершенствования эффективности осуществления закупок в РФ уделяется на высоком уровне страны: Д. И. Азаров [8] и другие губернаторы субъектов РФ, Президент В. В. Путин, Д. А. Медведев, М. В. Мишустин.

## МЕТОДОЛОГИЯ

### Формирование целей статьи.

Цель научной статьи: оценить эффективность процессов закупочной деятельности в РФ и результаты использования единой информационной системы в сфере закупок в РФ. Предложить решения излагаемых проблем.

Для решения актуальной проблемы предлагаем следующее:

ЕИС требует совершенствования и доработок в части реализации и обеспечения функционала информационной торговой системы как в рамках цифровизации, так и при проблемах и противоречиях, возникающих на практике, например:

- повышение информационной открытости;
- повышение доступности информации в сфере закупок общественному контролю, органам власти, главным распорядителям бюджетных средств и иным органам власти;
- возможность электронного документооборота при осуществлении закупок, для которых данный функционал не предусмотрен;
- возможность интеграции сведений и информации с систем внешнего заказа и иных систем в ЕИС, с ЕИС в системы внешнего заказа и иные системы.

На основании вышеизложенного следует, что предлагаемые решения актуальной проблемы направлены на достижение эффективности осуществления закупок в РФ, путем совершенствования информационных технологий: ЕИС, систем внешнего заказа в РФ.

*Используемые в исследовании методы, методики и технологии.*

При написании научной статьи был использован комплекс общенаучных методов исследования: наблюдение, дедукция и индукция, использование проверенных интернет источников, систематизация и обобщение, конкретизация и абстрагирование, синтез и анализ и другие.

## РЕЗУЛЬТАТЫ

*Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.*

В день проведения исследования и написания научной статьи проводился анализ оценки эффективности осуществления закупок по закону о контрактной систе-

ме [1] в ЕИС за период 2014–2022 год, на официальном интернет сайте числились следующие цифры, указанные в представленных таблицах [10].

Изначально, создание ЕИС в сфере закупок на территории РФ уже предполагало зарождение и будущие результаты внедрения, и развития цифровизации закупочной деятельности в стране.

Государственные и муниципальные заказчики РФ при осуществлении закупочной деятельности используют ЕИС [10], в том числе различные электронные системы внешнего заказа при осуществлении закупок для нужд учреждений. На примере Самарской области используется система веб-торги-КС Самрегион [9].

Рассмотрим показатели осуществления закупочной деятельности в РФ и Самарской области за период 2014–2022 год.

Таблица 1 – Показатели планирования в сфере закупок в РФ

| №<br>п/п | Сумма размещенных планов-графиков в РФ за период 2014–2022 год, млрд. руб. |          |          |          |         |          |          |          |          |                      | Изменение            |  |
|----------|----------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|---------|----------|----------|----------|----------|----------------------|----------------------|--|
|          | 2014                                                                       | 2015     | 2016     | 2017     | 2018    | 2019     | 2020     | 2021     | 2022     | 2022 к<br>2021,<br>% | 2022 к<br>2014,<br>% |  |
| 1        | 9185,92                                                                    | 12574,15 | 11217,69 | 10841,91 | 9485,36 | 11134,00 | 13369,10 | 14291,47 | 1581,698 | 9,64                 | 41,92                |  |

Согласно данным таблицы 1 мы отмечаем увеличение объемов планирования осуществления закупок в РФ, что характеризуется позитивной тенденцией и увеличением средств бюджетных учреждений в РФ. В части планирования в сфере закупок, отмечается существенное увеличение роста, например: по сравнению с 2014 годом в 2022 году составляет 41,92 %, по сравнению с 2021 г. в 2022 г. – 9,64 %.

Таблица 2 – Показатели планирования в сфере закупок по уровню заказчиков в РФ

| № п/п | Уровень заказчиков                     | Сумма размещенных планов-графиков в РФ за период 2014–2022 год, млрд руб. |         |         |         |         |         |         |          |          |  |
|-------|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|--|
|       |                                        | 2014                                                                      | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    | 2021     | 2022     |  |
|       | Федеральные заказчики                  | 1381,72                                                                   | 3126,79 | 3348,21 | 3378,76 | 2896,79 | 3078,06 | 4200,38 | 3702,76  | 4175,77  |  |
| 1.1   | Удельный вес (%)                       | 15,04                                                                     | 24,87   | 29,85   | 31,16   | 30,54   | 27,64   | 31,41   | 25,91    | 26,40    |  |
| 2     | Региональные и муниципальные заказчики | 7796,68                                                                   | 9362,95 | 7813,33 | 7424,27 | 6573,59 | 8055,21 | 9168,34 | 10588,15 | 11638,01 |  |
| 2.2   | Удельный вес (%)                       | 84,88                                                                     | 74,46   | 69,65   | 68,48   | 69,30   | 72,35   | 68,58   | 74,08    | 73,58    |  |
| 3     | Иные заказчики                         | 7,52                                                                      | 84,41   | 56,16   | 38,87   | 14,97   | 0,73    | 0,37    | 0,56     | 3,2      |  |
| 3.3   | Удельный                               | 0,08                                                                      | 0,67    | 0,5     | 0,36    | 0,16    | 0,01    | 0,01    | 0,01     | 0,02     |  |

Таблица 3 – Оценка эффективности планирования в сфере закупок в Самарской области

| № п/п | Сумма размещенных планов-графиков в Самарской области за период 2014–2022 год, млрд руб. |        |       |      |      |        |        |        |        |                | Изменение      |  |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|------|------|--------|--------|--------|--------|----------------|----------------|--|
|       | 2014                                                                                     | 2015   | 2016  | 2017 | 2018 | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   | 2022 к 2021, % | 2022 к 2014, % |  |
| 1     | 85,92                                                                                    | 125,73 | 95,98 | 95   | 99,9 | 128,54 | 149,65 | 164,69 | 212,34 | 22,44          | 59,53          |  |

Согласно данным таблицы 3 мы отмечаем позитивную тенденцию увеличения планирования закупочной деятельности, бюджетных средств на уровне субъекта Самарской области, при планировании закупок по сравнению с 2014 г. в 2022 г.: 59,53 %, по сравнению с 2021 г. в 2022 г.: 22,44 %.

Таблица 4 – Показатели планирования в сфере закупок по уровню заказчиков в Самарской области

| №<br>п/п | Уровень заказчиков      | Сумма размещенных планов-графиков в Самарской области за период 2014–2022 год, млрд руб. |       |       |       |       |       |       |       |        |  |
|----------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--|
|          |                         | 2014                                                                                     | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022   |  |
| 1        | Региональные заказчики  | 48,46                                                                                    | 70,91 | 45,07 | 45,9  | 54,75 | 71,22 | 83,02 | 97,76 | 129,34 |  |
| 1.1      | Удельный вес (%)        | 56,40                                                                                    | 56,40 | 46,96 | 48,32 | 54,80 | 55,41 | 55,48 | 59,36 | 60,91  |  |
| 2        | Муниципальные заказчики | 37,46                                                                                    | 54,82 | 50,9  | 49,1  | 45,15 | 57,32 | 66,63 | 66,93 | 83     |  |
| 2.1      | Удельный вес (%)        | 43,60                                                                                    | 43,60 | 53,04 | 51,68 | 45,20 | 44,59 | 44,52 | 40,64 | 39,09  |  |

Согласно данным таблицы 5 мы наблюдаем в отношении размещенных извещений о проведении закупок в РФ динамику увеличения роста, например: по сравнению с 2014 г. по отношению к 2022 г.: 40,36 %, по сравнению с 2021 г. по отношению к 2022 г.: 3,87 %.

Таблица 5 – Оценка эффективности размещенных извещений в РФ

| №<br>п/п | Сумма извещений, размещенных в РФ за период 2014–2022 год, млрд руб. |         |        |         |         |        |        |          |          |                         | Изменение            |  |
|----------|----------------------------------------------------------------------|---------|--------|---------|---------|--------|--------|----------|----------|-------------------------|----------------------|--|
|          | 2014                                                                 | 2015    | 2016   | 2017    | 2018    | 2019   | 2020   | 2021     | 2022     | 2022<br>к<br>2021,<br>% | 2022 к<br>2014,<br>% |  |
| 1        | 6551,85                                                              | 7074,59 | 6937,9 | 7506,67 | 8381,72 | 9806,3 | 9578,2 | 10560,97 | 10986,76 | 3,87                    | 40,36                |  |

Таблица 6 – Показатели размещенных извещений по уровню заказчиков в РФ

| № п/п | Уровень заказчиков                     | Сумма извещений, размещенных в РФ за период 2014–2022 год, млрд руб. |         |         |         |         |         |         |         |         |  |
|-------|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--|
|       |                                        | 2014                                                                 | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    |  |
| 1     | Федеральные заказчики                  | 2683,95                                                              | 2709,17 | 2606,76 | 2513,64 | 2917,98 | 2972,68 | 2873,13 | 2819,64 | 2803,62 |  |
| 1.1   | Удельный вес (%)                       | 40,96                                                                | 38,29   | 37,57   | 33,49   | 34,81   | 30,31   | 30      | 26,70   | 25,52   |  |
| 2     | Региональные и муниципальные заказчики | 3821,74                                                              | 4258,8  | 4276,52 | 4945,73 | 5344,72 | 6635,3  | 6494,95 | 7530,75 | 8032,6  |  |
| 2.1   | Удельный вес (%)                       | 58,33                                                                | 60,20   | 61,64   | 65,88   | 63,77   | 67,67   | 67,81   | 71,31   | 73,11   |  |
| 3     | Иные заказчики                         | 46,16                                                                | 106,62  | 54,62   | 47,31   | 119,02  | 198,31  | 210,12  | 210,58  | 150,54  |  |
| 3.1   | Удельный вес (%)                       | 0,71                                                                 | 1,51    | 0,79    | 0,63    | 1,42    | 2,02    | 2,19    | 1,99    | 1,37    |  |

Таблица 7 – Показатели эффективности размещенных извещений в Самарской области

| № п/п | Сумма извещений, размещенных в Самарской области за период 2014–2022 год, млрд руб. |       |       |       |       |        |       |        |        |                | Изменение      |  |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|----------------|----------------|--|
|       | 2014                                                                                | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019   | 2020  | 2021   | 2022   | 2022 к 2021, % | 2022 к 2014, % |  |
| 1     | 69,16                                                                               | 102,5 | 74,25 | 78,18 | 78,27 | 107,97 | 93,17 | 117,97 | 124,62 | 5,33           | 44,50          |  |

Согласно данным таблицы 7 мы наблюдаем в отношении размещенных извещений о проведении закупок в Самарской области динамику увеличения роста, например: по сравнению с 2014 г. в 2022 г.: 44,50 %, по сравнению с 2021 г. в 2022 г.: 5,33 %.

Таблица 8 – Показатели размещенных извещений по уровню заказчиков в Самарской области

| № п/п | Уровень заказчиков      | Сумма извещений, размещенных в Самарской области за период 2014–2022 год, млрд руб. |       |       |       |       |       |       |       |       |  |
|-------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--|
|       |                         | 2014                                                                                | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  |  |
| 1     | Региональные заказчики  | 43,72                                                                               | 70,81 | 41,35 | 42,25 | 44,58 | 63,13 | 53,48 | 68,64 | 81,96 |  |
| 1.1   | Удельный вес (%)        | 63,22                                                                               | 69,08 | 55,69 | 54,04 | 56,96 | 58,47 | 57,40 | 58,18 | 65,77 |  |
| 2     | Муниципальные заказчики | 25,44                                                                               | 31,69 | 32,9  | 35,93 | 33,69 | 44,84 | 39,69 | 49,34 | 42,66 |  |
| 2.1   | Удельный вес (%)        | 36,78                                                                               | 30,92 | 44,31 | 45,96 | 43,04 | 41,53 | 42,60 | 41,82 | 34,23 |  |

Рассмотрим в динамике за 9 лет показатели осуществления закупочной деятельности в РФ

| Динамика показателей осуществления закупок (план-факт): |          |          |          |  |
|---------------------------------------------------------|----------|----------|----------|--|
| Год                                                     | План     | Факт     | Разница  |  |
| 2014                                                    | 9185,92  | 6551,85  | -2634,07 |  |
| 2015                                                    | 12574,15 | 7074,59  | -5499,56 |  |
| 2016                                                    | 11217,69 | 6937,9   | -4279,79 |  |
| 2017                                                    | 10841,91 | 7506,67  | -3335,24 |  |
| 2018                                                    | 9485,36  | 8381,72  | -1103,64 |  |
| 2019                                                    | 11134    | 9806,3   | -1327,7  |  |
| 2020                                                    | 13369,1  | 9578,2   | -3790,9  |  |
| 2021                                                    | 14291,47 | 10560,97 | -3730,5  |  |
| 2022                                                    | 15816,98 | 10986,76 | -4830,22 |  |

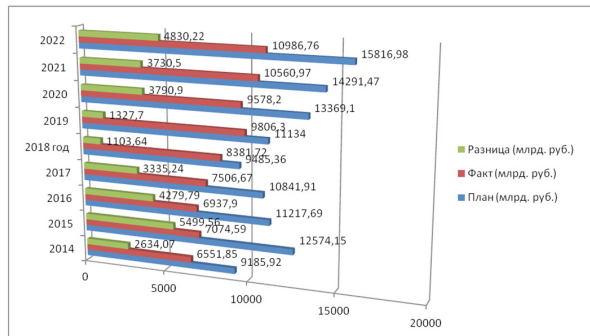


Рисунок 1 – Динамика показателей планирования финансового обеспечения и осуществление закупочной деятельности, путем конкурентных процедур в РФ

За анализируемый период осуществления закупочной деятельности в РФ с 2014 по 2022 год согласно рисунку 1 отмечаются показатели планирования осуществления закупок, утвержденные планом финансово-хозяйственной деятельности в учреждениях заказчиков. Также отражены показатели закупок, проводящие конкурентным способом. Полученная разница отражает, что закупки осуществлялись, путем выбора иных способов, предусмотренных законодательством о контрактной системе [1].

Таблица 9 - Оценка эффективности контрактов, заключенных в РФ

| № п/п | Сумма контрактов, заключенных в РФ за период 2014–2022 год, млрд руб. |         |         |         |         |         |         |         |          |                | Изменение      |  |
|-------|-----------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------------|----------------|--|
|       | 2014                                                                  | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    | 2021    | 2022     | 2022 к 2021, % | 2022 к 2014, % |  |
| 1     | 5478,23                                                               | 5510,76 | 5411,64 | 6369,29 | 7012,11 | 8388,23 | 9214,26 | 9730,59 | 11287,11 | 13,79          | 51,46          |  |

Согласно данным таблицы 9 при анализе эффективности контрактов, заключенных в РФ в ЕИС отмечается тенденция роста эффективности освоения бюджетных средств, например: по сравнению с 2014 г. в 2022 г.: 51,46 %, по сравнению с 2021 г. в 2022 г.: 13,79 %.

Таблица 10 – Показатели заключенных контрактов по уровню заказчиков в РФ

| № п/п | Уровень заказчиков                     | Сумма контрактов, заключенных в РФ за период 2014–2022 год, млрд руб. |         |         |         |         |         |         |         |         |  |
|-------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--|
|       |                                        | 2014                                                                  | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    |  |
| 1     | Федеральные заказчики                  | 2399,51                                                               | 2122,32 | 2015,11 | 2098,73 | 2413,16 | 2536,69 | 2808,82 | 2638,25 | 3034,5  |  |
| 1.1   | Удельный вес (%)                       | 43,80                                                                 | 38,51   | 37,24   | 32,95   | 34,41   | 30,24   | 30,48   | 27,11   | 26,88   |  |
| 2     | Региональные и муниципальные заказчики | 3057,64                                                               | 3345,05 | 3364,64 | 4237,34 | 4583,82 | 5828,35 | 6364,19 | 7035,43 | 8216,66 |  |
| 2.1   | Удельный вес (%)                       | 55,81                                                                 | 60,70   | 62,17   | 66,53   | 65,37   | 69,48   | 69,07   | 72,30   | 72,80   |  |
| 3     | Иные заказчики                         | 21,08                                                                 | 43,38   | 31,9    | 33,22   | 15,13   | 23,19   | 41,25   | 56,92   | 35,95   |  |
| 3.1   | Удельный вес (%)                       | 0,39                                                                  | 0,79    | 0,59    | 0,52    | 0,22    | 0,28    | 0,45    | 0,59    | 0,32    |  |

Таблица 11 – Оценка эффективности контрактов, заключенных в Самарской области

| № п/п | Сумма контрактов, заключенных в Самарской области за период 2014–2022 год, млрд руб. |       |       |      |       |       |       |        |        |                | Изменение      |  |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|------|-------|-------|-------|--------|--------|----------------|----------------|--|
|       | 2014                                                                                 | 2015  | 2016  | 2017 | 2018  | 2019  | 2020  | 2021   | 2022   | 2022 к 2021, % | 2022 к 2014, % |  |
| 1     | 63,67                                                                                | 89,35 | 59,72 | 69   | 71,25 | 95,88 | 87,39 | 118,17 | 135,21 | 12,60          | 52,91          |  |

Согласно данным таблицы 11 при анализе эффективности контрактов, заключенных в Самарской области в ЕИС отмечается тенденция роста эффективности освоения бюджетных средств. Например: по сравнению с 2014 г. в 2022 г.: 52,91 %, по сравнению с 2021 г. в 2022 г.: 12,60 %.

Таблица 12 – Показатели заключенных контрактов по уровню заказчиков в Самарской области

| № п/п | Уровень заказчиков      | Сумма контрактов, заключенных в Самарской области за период 2014–2022 год, млрд руб. |       |       |       |       |       |       |       |       |  |
|-------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--|
|       |                         | 2014                                                                                 | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  |  |
| 1     | Региональные заказчики  | 39,69                                                                                | 62,26 | 36,54 | 34,91 | 39,29 | 56,13 | 51,49 | 72,64 | 84,03 |  |
| 1.1   | Удельный вес (%)        | 62,34                                                                                | 69,68 | 61,19 | 50,59 | 55,14 | 58,54 | 58,92 | 61,47 | 62,15 |  |
| 2     | Муниципальные заказчики | 23,98                                                                                | 27,08 | 23,18 | 34,09 | 31,96 | 39,74 | 35,9  | 45,53 | 51,18 |  |
| 2.1   | Удельный вес (%)        | 37,66                                                                                | 30,32 | 38,81 | 49,41 | 44,86 | 41,46 | 41,08 | 38,53 | 37,85 |  |

| Динамика показателей осуществления закупок (план-факт): |          |          |          |  |
|---------------------------------------------------------|----------|----------|----------|--|
| Год                                                     | План     | Факт     | Разница  |  |
| 2014                                                    | 6551,85  | 5478,23  | -1073,62 |  |
| 2015                                                    | 7074,59  | 5510,76  | -1563,83 |  |
| 2016                                                    | 6937,9   | 5411,64  | -1526,26 |  |
| 2017                                                    | 7506,67  | 6369,29  | -1137,38 |  |
| 2018                                                    | 8381,72  | 7012,11  | -1369,61 |  |
| 2019                                                    | 9806,3   | 8388,23  | -1418,07 |  |
| 2020                                                    | 9578,2   | 9214,26  | -363,94  |  |
| 2021                                                    | 10560,97 | 9730,59  | -830,38  |  |
| 2022                                                    | 10986,76 | 11287,11 | 300,35   |  |

За анализируемый период согласно рисунку 2 отмечается, что при размещении извещений для закупок по итогам проведения конкурентных процедур были заключены контракты, разница отражает достижение экономии бюджетных средств по итогам конкурентных процедур.



Рисунок 2 – Динамика показателей закупочной деятельности, путем конкурентных процедур – от размещения извещения для закупки до заключения контракта.

Согласно данным таблицы 13 в части достижения экономии бюджетных средств, при осуществлении закупок путем использования ЕИС в РФ, показатели направлены на увеличение роста эффективности проведения закупок и достижении экономии бюджетных средств. Так, например: по сравнению с 2014 г. в 2022 г.: 5,89 %.

Однако по сравнению с 2021 г. в 2022 г.: -0,17 %, в данном случае, нельзя утверждать о наличии негативной тенденции, так как на показатели достижения экономии играют многие факторы, данный показатель может характеризоваться не достижением показателей экономии бюджетных средств 2021 года.

Таблица 13 – Оценка эффективности закупочной деятельности в РФ

| Экономия в 4 |                                                                            |        |        |        |        |        |        |        |        |                |                |  |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------|----------------|--|
| № п/п        | Экономия по заключенным контрактам в РФ за период 2014–2022 год, млрд руб. |        |        |        |        |        |        |        |        |                | Изменение      |  |
| 1            | 2014                                                                       | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   | 2022 к 2021, % | 2022 к 2014, % |  |
| 2            | 372,14                                                                     | 405,07 | 523,69 | 439,88 | 375,01 | 405,86 | 441,91 | 396,16 | 395,46 | -0,17          | 5,89           |  |

Таблица 14 – Показатели закупочной деятельности по уровню заказчиков в РФ

| по уровню заказчика в РФ |                                        |                                                                            |        |        |        |        |        |        |        |        |  |
|--------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--|
| № п/п                    | Уровень заказчиков                     | Экономия по заключенным контрактам в РФ за период 2014–2022 год, млрд руб. |        |        |        |        |        |        |        |        |  |
|                          |                                        | 2014                                                                       | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |  |
| 1                        | Федеральные заказчики                  | 148,6                                                                      | 110,59 | 167,92 | 108,18 | 92,29  | 93,76  | 103,2  | 79,02  | 81,29  |  |
| 1.1                      | Удельный вес (%)                       | 39,93                                                                      | 27,30  | 32,06  | 24,59  | 24,61  | 23,10  | 23,35  | 19,95  | 20,56  |  |
| 2                        | Региональные и муниципальные заказчики | 222,8                                                                      | 292,41 | 353,56 | 330,12 | 281,93 | 310,84 | 336,82 | 315,26 | 313,21 |  |
| 2.2                      | Удельный вес (%)                       | 59,87                                                                      | 72,19  | 67,52  | 75,05  | 75,18  | 76,59  | 76,22  | 79,58  | 79,20  |  |
| 3                        | Иные заказчики                         | 0,74                                                                       | 2,07   | 2,2    | 1,58   | 0,79   | 1,26   | 1,89   | 1,88   | 0,96   |  |
| 3.1                      | Удельный вес (%)                       | 0,20                                                                       | 0,51   | 0,42   | 0,36   | 0,21   | 0,31   | 0,43   | 0,47   | 0,24   |  |

Таблица 15 – Оценка эффективности закупочной деятельности в Самарской области

| №<br>п/п | Экономия по заключенным контрактам в Самарской области за период 2014–2022 год, млрд руб. |      |      |      |      |      |      |      |      | Изменение      |                |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|----------------|----------------|
|          | 2014                                                                                      | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2022 к 2021, % | 2022 к 2014, % |
| 1        | 3,47                                                                                      | 4,58 | 3,03 | 3,98 | 3,99 | 4,34 | 4,58 | 5,24 | 4,44 | 15,26          | 21,84          |

Согласно данным таблицы 15 в части достижения экономии бюджетных средств, при осуществлении закупок в Самарской области, показатели направлены на увеличение роста эффективности проведения закупок и достижения экономии бюджетных средств. Так, например: по сравнению с 2014 г. в 2022 г.: 21,84 %. Однако по сравнению с 2021 г. в 2022 г.: -15,26 %. Снижение показателя достижения экономии в 2022 г. по сравнению с 2021 годом может быть связано с различными факторами, в том числе процессами осуществления закупочной деятельности на территории Самарской области.

Таблица 16 – Показатели закупочной деятельности по уровню заказчиков в Самарской области

| № п/п | Уровень заказчиков      | Экономия по заключенным контрактам в Самарской области за период 2014–2022 год, млрд руб. |       |       |       |       |       |       |       |       |  |
|-------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--|
|       |                         | 2014                                                                                      | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  |  |
| 1     | Региональные заказчики  | 2,49                                                                                      | 3,22  | 2,11  | 1,74  | 2,32  | 2,62  | 2,16  | 2,82  | 3,01  |  |
| 1.1   | Удельный вес (%)        | 71,76                                                                                     | 70,31 | 69,64 | 43,72 | 58,15 | 60,37 | 47,16 | 53,82 | 67,79 |  |
| 2     | Муниципальные заказчики | 0,98                                                                                      | 1,36  | 0,92  | 2,24  | 1,67  | 1,72  | 2,42  | 2,42  | 1,43  |  |
| 2.1   | Удельный вес (%)        | 28,24                                                                                     | 29,69 | 30,36 | 56,28 | 41,85 | 39,63 | 52,84 | 46,18 | 32,21 |  |

За анализируемый период согласно рисунку 3 отмечается, что при планировании бюджетных средств на осуществление закупочной деятельности, в том числе организации и управлении процессами осуществления закупок, достигнута экономия бюджетных средств.

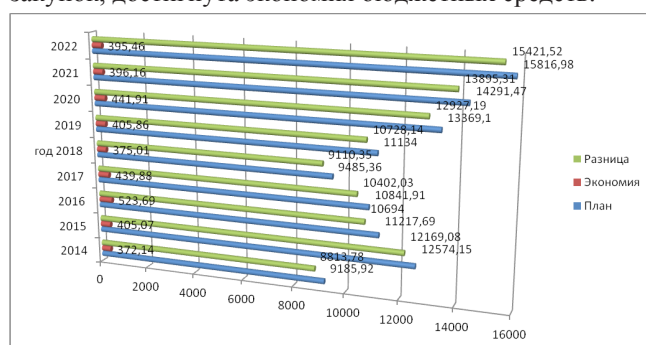


Рисунок 3 – Динамика показателей достижения экономии бюджетных средств от основных показателей плана финансирования на осуществление закупочной деятельности (млрд руб.).

Источник представленных таблиц: Составлено авторами на основе данных официального сайта ЕИС [10].

## ОБСУЖДЕНИЕ

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях.

Органами исполнительной власти с целью упрощения и оптимизации закупок, ведется необходимая работа по совершенствованию законодательства и нормативных правовых актов в сфере осуществления закупочной деятельности.

При проведении анализа эффективности осуществления закупок в РФ в ЕИС исследовался период 2014–2022 год, это связано с тем, что в ЕИС статистические сведения и информация представлены с 2014 года, 2022 год, в котором информация является более новой.

## ВЫВОДЫ

На основании вышеизложенного авторами в ходе исследования выявлены позитивные тенденции изменений при осуществлении закупочной деятельности, путем использования ЕИС.

Авторы научной статьи рекомендуют следующее: органам исполнительной власти принять необходимые меры по совершенствованию и развитию, поддержанию и сопровождению функционала ЕИС, систем внешнего заказа и информационных технологий с учетом реалий в современных условиях осуществления торговой деятельности в РФ.

В статье наглядно представлены показатели эффективности осуществления закупочной деятельности в субъектах РФ за период 2014–2022 годы в части планирования, размещения извещений о проведении закупок, заключении контрактов, экономии бюджетных средств.

По сравнению с предыдущими периодами осуществления закупок, путем использования ЕИС и иных систем внешнего заказа, в период 2022 год отмечается эффективная динамика увеличения роста эффективного осуществления закупочной деятельности.

Это означает, что система ЕИС совершенствуется и дорабатывается, внедряются новые направления функционала в части осуществления профессиональных действий специалистов в системах в сфере закупок.

Однако в научной статье приводится ряд актуальных вопросов в части дальнейшего совершенствования и доработки ЕИС, систем внешнего заказа, с целью достижения эффективности осуществления закупочной деятельности в РФ.

Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении.

При проведении следующих научных исследований и написании научных статей мы планируем рассмотреть актуальные вопросы и процессы совершенствования закупочной деятельности, апробацию в ЕИС, электронных системах внешнего заказа в сфере закупок на уровне субъектов РФ.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федер. закон от 05.04.2013 №44-ФЗ [ред. от 28.12.2022] [с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023] // URL: [https://legalacts.ru/doc/44\\_FZ-o-kontraktnoj-sisteme/](https://legalacts.ru/doc/44_FZ-o-kontraktnoj-sisteme/).
2. О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц: Федер. закон от 18.07.2011 №223-ФЗ [ред. от 05.12.2022] // URL: [https://legalacts.ru/doc/223\\_FZ-o-zakupkah-tovarov-rabot-uslug-otdelnymi-vidami-juridicheskikh-lic/](https://legalacts.ru/doc/223_FZ-o-zakupkah-tovarov-rabot-uslug-otdelnymi-vidami-juridicheskikh-lic/).
3. Кабытов П.П. Административно-правовое регулирование контрактной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук: 12.00.14. – ФГНИУ «ИЗиСП», г.Москва, 2021. С. 208.
4. Ляха А.Ю. Куликов В.С. Анализ единой информационной системы в сфере закупок и пути ее совершенствования // Электронный научный журнал «ГосРег», 2017. №2. С. 18.
5. Строганова Е.В. Развитие государственной системы закупок на основе риск-ориентированного подхода: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05. – ФГАОУ ВО «МГИМО», г.Москва, 2021. С. 175.
6. Фрунзе В.В. Обеспечение качества контрольной деятельности в сфере закупок: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05. – ФГБОУ ВО «СПГЭУ», г.Санкт-

Петербург, 2021. С. 177.

7. Цибульникова В.Ю. Государственное регулирование экономики: учебное пособие / В.Ю. Цибульникова. – Томск: Эль Контент, 2014. С. 156.

8. Веб сайт: URL: [https://www.samregion.ru/press\\_center/news/ministerstvo-okazhet-sodejstvie-po-privlecheniyu-investicij-v-it-sferu-dmitrij-azarov-o-czifrovizaczii-regional/](https://www.samregion.ru/press_center/news/ministerstvo-okazhet-sodejstvie-po-privlecheniyu-investicij-v-it-sferu-dmitrij-azarov-o-czifrovizaczii-regional/).

9. Веб сайт: URL: <https://webtorgi.samregion.ru/Menu/Page/233>.

10. Веб сайт: URL: <https://zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html>.

*Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов*

*The authors declare no conflicts of interests.*

*Received date: 23.05.2023*

*Approved date: 08.06.2023*

*Accepted date: 10.08.2023*

УДК: 657.633.5

## СПЕЦИФИКА КОМПЛАЕНС-АУДИТА ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

© Автор(ы) 2023

**ПАРАМОНОВА Лариса Анатольевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и бизнеса Поволжского государственного университета сервиса  
*Поволжский государственный университет сервиса*  
445017, Россия, Тольятти, [paralara@yandex.ru](mailto:paralara@yandex.ru)

SPIN: 4379-9111

AutorID: 404543

ORCID: 0000-0002-3943-2535

**ШНЯКИНА Юлия Равильевна**, кандидат экономических наук, доцент Поволжского государственного университета сервиса  
*Поволжский государственный университет сервиса*  
445017, Россия, Тольятти, [ur70@bk.ru](mailto:ur70@bk.ru)

SPIN: 3246-6717

AutorID: 483242

ORCID: 0000-0001-9045-840X

**Аннотация.** В статье исследуются проблемы и специфика осуществления комплаенс-аудита деятельности торговых организаций, ключевого вида актуальных аудиторских услуг в современных условиях повышенного внимания со стороны регулирующих, фискальных, контролирующих и надзорных органов к торговой деятельности экономических субъектов. Представлено определение комплаенс-аудита торговой деятельности и товарных операций, раскрывающие сущность и целевую направленность проверки. На основе структурирования действующих правовых регулятивов осуществления торговых операций, представлена методика комплаенс-аудита торговых организаций, включающая ключевые этапы проверки, приоритетные аудиторские процедуры и способы получения аудиторских доказательств в условиях применения риск-ориентированного подхода. Систематизированы зоны риска, требующие повышенного внимания аудиторов, осуществления торговой деятельности и товарных операций.

**Ключевые слова:** торговая деятельность, товарные операции, правовые регулятивы, комплаенс-аудит, аудиторские процедуры.

## SPECIFICS OF COMPLIANCE AUDIT OF TRADING ORGANIZATIONS

© The Author(s) 2023

**PARAMONOVA Larisa Anatolevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Business, Volga State University of Service  
*Volga State University of Service*  
445017, Russia, Togliatti, [paralara@yandex.ru](mailto:paralara@yandex.ru)

**SHNYAKINA Yulia Ravilyevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Volga State University of Service  
*Volga State University of Service*  
445017, Russia, Togliatti, [ur70@bk.ru](mailto:ur70@bk.ru)

**Abstract.** The article examines the problems and specifics of the implementation of compliance audit of the activities of trade organizations, a key type of relevant audit services in modern conditions of increased attention from regulatory, fiscal, regulatory and supervisory authorities to the trading activities of economic entities. The definition of compliance audit of trading activities and commodity transactions is presented, revealing the essence and purpose of the audit. Based on the structuring of the current legal regulations for the implementation of trade operations, the methodology of compliance audit of trade organizations is presented, which includes the key stages of verification, priority audit procedures and ways to obtain audit evidence in the context of a risk-based approach. The risk zones that require increased attention of auditors, the implementation of trading activities and commodity transactions are systematized.

**Keywords:** trading activities, commodity transactions, legal regulations, compliance audit, audit procedures.

## ВВЕДЕНИЕ

Концептуальным направлением развития института аудита и стабилизации рынка аудиторских услуг в современных условиях хозяйствования является расширение сферы деятельности аудиторов путем диверсификации оказываемых услуг, углубления предмета аудита, с целью удовлетворения современных запросов и вызовов аудируемых лиц. Традиционная направленность аудита на проведение независимой проверки показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица, с целью выражения мнения о ее достоверности и придания разумной уверенности всем заинтересованным пользователям такой отчетности не может покрыть всех запросов рынка на получение надежной и достоверной экономической и финансовой информации о деятельности экономических субъектов. Согласно Федеральному закону «Об аудиторской деятельности» № 307-ФЗ от 30.12.2008 г. (ред. от 16.04.2022) аудиторская деятельность включает аудит и оказание сопутствующих аудиту услуг [1]. Современные потребности пользователей результатами аудита экономических субъектов определяют выделение разнообразных аудиторских услуг в отдельные виды аудита, увеличивая типологию его

видов.

Торговые организации являются лидерами не только рынка малого бизнеса, ритейл-сектор занимает значительную долю современной экономики, увеличиваемую за счет оптовых торговых предпринимателей. Эффективность и непрерывность торговой деятельности зачастую зависит не только от скорости и объема товарооборота, уровня издержек обращения, но и от соблюдения правовых регламентов в области прослеживаемости и маркировки товаров, контроля за кассовой наличностью и целевым расходованием наличной выручки, пристально контролируемые различными государственными и общественными организациями. Повышенное внимание контролирующих органов к торговым организациям определяет актуальное значение комплаенс-аудита, как важнейшего вида аудиторских услуг.

Комплаенс-аудит согласно нормам «Международного стандарта аудита 250 (пересмотренный) Рассмотрение законов и нормативных актов в ходе аудита финансовой отчетности», введенного в действие на территории России Приказом МФ РФ от 09.01.2019 № 2н (ред. от 09.11.2021), является неотъемлемой компонентой аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности, предписыва-

ющим обязанность аудиторам при проверке показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности осуществлять контроль соответствия осуществляемой деятельности действующим законодательным и нормативным актам [2]. Однако разнообразие законодательных и нормативных актов, регулирующих различные виды торговой деятельности и продажи товарной номенклатуры, аргументируют выделение специфического вида аудиторских услуг комплаенс-аудита.

Термин комплаенс заимствован из английского языка (англ. compliance), происходит от глагола to comply – исполнять, и переводится как действие в соответствии с указанием, требованием, нормами. Действующие регламенты аудита не содержат нормативно-закрепленного определения комплаенс-аудита, в силу чего его сущность, целевая направленность и методология остается предметом научного исследования и дискуссионного обсуждения научным и практикующим профессиональным сообществом.

#### МЕТОДОЛОГИЯ

Совокупность целевых установок, этапов исследования, применяемые методы и способы осуществления комплаенс-аудита составляют его методологию, базирующуюся на комплексе правовых регламентов, определяющих функционирование торговых организаций.

Ключевой компонентой комплаенс-аудита торговой деятельности и торговых операций является систематизация правоустанавливающих законодательных и нормативных актов, регулирующих предпринимательскую деятельность. Учитывая требования МСА 250, аудиторы определяют правовые регламенты:

- содержащие требования к формированию учетной информации и показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности общего и отраслевого назначения;
- не оказывающие влияние на раскрытие информации в бухгалтерской (финансовой) отчетности, но соблюдение, которых обязательно при совершении торговых операций и продаже отдельных групп товаров;
- антикоррупционного и антитеррористического характера
- и другие регламенты, выполнение которых обязательно в сфере торговли и обращения товаров.

Приоритетными целевыми ориентирами комплаенс-аудита торговых организаций в условиях реализации современного риск-ориентированного подхода осуществления аудита выступают:

- идентификация бухгалтерских и налоговых рисков искажения информации, сбор достаточных надлежащих аудиторских доказательств, подтверждающих соответствие учетных данных и показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности актуальной системе бухгалтерской регламентации и применяемой концепции финансовой отчетности;
- выявление регуляторных рисков несоблюдения законодательных и нормативных актов осуществления торговой деятельности, способных привести к ее сокращению или полному прекращению, не оказывающих прямого влияния на учетные данные и формирование отчетных показателей, путем выполнения набора аудиторских процедур в ответ на оцененные риски;
- разработка и выполнение аудиторских процедур оценки регуляторного риска несоблюдения антикоррупционного и антитеррористического законодательства, правовых регламентов в области антимонопольного контроля;
- предупреждение и противодействие выявленным случаям несоблюдения правовых регулятивов осуществления торговой деятельности и товарных операций.

Представленные целевые ориентиры могут быть декомпозированы специфическими задачами комплаенс-аудита, раскрывающими специфику торговой деятельности по форматам торговли, ассортименту реализуемых товаров, требованиям по их идентификации и маркировки и т.д.

Алгоритм проведения комплаенс-аудита торговой деятельности включает четыре основных последовательных блока, характеристика которых представлена на рисунке 1.

| Блок | Содержательная характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| I    | Согласование условий проведения комплаенс-аудита, подписание письма-соглашения при первом принятии клиента на обслуживание, уточнение условий при проведении повторных проверок, заключение договора, систематизация правовых актов по регулированию торговой деятельности и товаров, исходя из формата деятельности и ассортимента товаров |
| II   | Планирование комплаенс-аудита на основе риск-ориентированного подхода с идентификацией рисков, разработка общей стратегии и плана комплаенс-аудита                                                                                                                                                                                          |
| III  | Проведение проверки в рамках аудиторского задания (комплаенс-аудита), с использованием аудиторских процедур и получения аудиторских доказательств для выражения мнения аудиторами, регистрируемых в рабочих документах аудитора, включаемых в постоянный и текущий файлы                                                                    |
| IV   | Подготовка отчетных документов комплаенс-аудита, принятие решений об информации по выявленным или предполагаемым нарушениям и порядке их раскрытия. Документирование обсуждения и его результатов значимых вопросов комплаенс-аудита, в том числе мер устранения нарушений, выполнения требований по соблюдению правовых регламентов        |

Рисунок 1 – Линейный алгоритм комплаенс-аудита торговой организации

Блок I предполагает обзор и систематизацию правовых актов по регулированию торговой деятельности и товарных операций, исходя из формата деятельности и ассортимента товаров, которая может быть осуществлена по следующей структуре (рисунок 2).

| Постоянный аудиторский файл при проведении комплаенс-аудита торговой деятельности и движения товаров                                                                                     |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Законодательные и нормативные акты общего назначения (обязательные для всех организаций), регламентирующие формирование показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности и их раскрытие | Отраслевые законодательные и нормативные акты, регламентирующие формирование учетных данных и показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности торговых организаций | Законодательные и нормативные акты общего назначения (обязательные для всех организаций), не влияющие на формирование бухгалтерской (финансовой) отчетности и их раскрытие, но несоблюдение которых, ведет к риску сокращения или прекращения деятельности | Отраслевые законодательные и нормативные акты, влияющие на формирование бухгалтерской (финансовой) отчетности торговых организаций и их раскрытие, но несоблюдение которых, ведет к риску сокращения или прекращения деятельности | Антикоррупционные и антитеррористические не законодательные и нормативные акты                                                                                                                                                                                                                                            |
| ФЗ «О бухгалтерском учете» 5/2019<br>ФЗ «Запасы» 28/23<br>«Инвентаризация» и др.                                                                                                         | Методические рекомендации по учету и оформлению операций приема, хранения и отпуска товаров в организациях торговли и др.                                            | ФЗ «О защите конкуренции»<br>ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» и др.                                                                                                                                                                      | ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ»<br>Постановление Правительства РФ «О системе маркировки товаров средствами идентификации и прослеживаемости движения товаров» и др.                     | ФЗ «О противодействии коррупции»<br>ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»<br>ФЗ «О противодействии незаконному использованию иностранной информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ» и др. |

Рисунок 2 – Структура правовых регламентов комплаенс-аудита торговой деятельности и движения товаров

Постоянный аудиторский файл в составе рабочей документации должен включать актуальные правовые регламенты, систематизированные по вышепредставленным группам.

Блок II – планирование комплаенс-аудита торговой организации первостепенный и обязательный процесс проведения проверки, регламентированный аудиторскими стандартами, обеспечивающими ее качество. Как правило, при риск-ориентированном подходе процесс планирования не ограничивается исключительно II блоком, изменения и уточнения в общую стратегию и план комплаенс-аудита могут быть внесены и в процессе проведения проверки, осуществления аудиторских процедур.

Риск-ориентированный подход реализуется в рамках планирования комплаенс-аудита в тщательном исследовании существующих признаков наличия нарушений действующих правовых регламентов и нетипичных фактов хозяйственной жизни. К их числу следует отнести имеющиеся досудебные разбирательства и судебные процессы, наличие запрещенных фактов хозяйственной жизни, идентифицируемых как мнимые и притворные сделки по купле-продаже товаров, выявленные платежи по договорам с неопределённым предметом, или предметом договора нехарактерным для торговой деятельности (договоры дарения, займа), реализуемые договорные отношения с завышенными размерами комиссионного (агентского) вознаграждения, необоснованной стоимостью товаров (значительно отличающейся от справедливой стоимости или демпинговым ценам), существенное количество расчетов наличными в оптовой торговле, лидирующее количество договоров с партнерами-участниками свободных и особых экономических зон, существенное наличие неотфактурованных поставок и договоров, реализуемых на условиях предоплаты и авансов, отрицательные клиентские и потребительские отзывы о реализуемых товарах и условиях выполнения поставок, применение IT-технологий в торговой деятельности, не отвечающих требованиям информационной и экономической безопасности и другие признаки. Перечисленные признаки должны быть определяющими при формировании зон риска и ключевых вопросов комплаенс-аудита.

Блок III – реализация намеченной стратегии и плана комплаенс-аудита. Важнейшей задачей данного этапа проверки является выбор аудиторских процедур, определяемый аудиторами самостоятельно с целью получения достаточный и надлежащих аудиторских доказательств. Согласно МСА 250 и «Международному стандарту аудита 500 Аудиторские доказательства», введенному в действие на территории России Приказом МФ РФ от 09.01.2019 N 2н (ред. от 09.11.2021) [2], ключевыми контрольными процедурами комплаенс-аудита являются запрос и инспектирование (рисунок 3).

| Аудиторские процедуры комплаенс-аудита торговой деятельности и обращения товаров                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Запрос                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Инспектирование                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Направление письменных и/или устных запросов руководству торговой организации для подтверждения соблюдения действующих правовых регламентов. Запросы, содержащие существенную информацию, формируются в письменном виде. Каждый полученный ответ на запрос подлежит аудиторской оценке и валидации. | Изучение характера коммуникации с контролирующими, фискальными, надзорными и иными регулирующими органами, существующий документооборот и деловая переписка. Изучению подлежит как письменный документооборот/переписка, так и электронный. В результате изучения, полученные аудиторские доказательства систематизируются по степени надежности источника информации и существенности. Внешние источники информации считаются более надежными по отношению к внутренним источникам, зависящим от дизайна и операционной эффективности внутреннего контроля аудируемой торговой организации. |

Рисунок 3 – Ключевые процедуры комплаенс-аудита торговой деятельности и обращения товаров

Завершающий блок IV комплаенс-аудита включает типизацию полученных аудиторских доказательств по выявленным нарушениям несоблюдения правовых регламентов на два типа: умышленные, то есть сознательные действия по нарушению действующих законодательных и нормативных актов, и неумышленные, невольные нарушения. Наличие второго типа определено связано с наличием недостатков дизайна и отсутствием операционной эффективности внутреннего контроля аудируемого лица. Выявление нарушений второго типа указывают на существенные риски ведения торговой деятельности и недобросовестные действия руководства и лиц, ответственных за корпоративное управление экономических субъектов.

Регистрация выявленных нарушений осуществляется в рабочей документации аудитора, систематизируемой в постоянном и текущем аудиторском файле. Документирование аудиторских процедур, включает их

фиксацию, квалифицированную оценку результатов и формирование выводов.

Приоритетными аудиторскими документами являются документы, раскрывающие результаты обсуждений полученных аудиторских доказательств комплаенс-аудита с руководством торговой организации, и содержащие перечень принятых руководством аудируемого лица управленческих решений по устранению несоблюдений правовых регламентов.

Аудиторы обязаны оценить эффективность принятых управленческих решений по устранению несоблюдений правовых регламентов и решить:

- привлекать ли экспертов для получения дополнительной оценки выявленных несоблюдений;
- сообщать ли о выявленных несоблюдениях и принятых мерах по их устранению лицам, ответственным за корпоративное управление более высоко уровня в управленческой иерархии;
- сообщать ли, в особых законодательно установленных случаях, контролирующим и правоохранительным организациям о выявленных несоблюдениях правовых регламентов;
- влияют ли на показатели бухгалтерской (финансовой) отчетности выявленные несоблюдения и их последствия (уплаты штрафов, пеней, конфискация товаров и иных активов в процессе судебного разбирательства или прекращения деятельности);
- требуется ли раскрытие в пояснениях к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах выявленных несоблюдений правовых регламентов в силу их существенности для сокращения или прекращения торговой деятельности.

#### РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты проведенного исследования подтверждают важность комплаенс-аудита для современных экономических субъектов, в том числе торговых организаций. Сущность комплаенс-аудита заключается в проверке соответствия осуществляемой предпринимательской деятельности действующим правовым регламентам, с целью выявления регуляторных рисков и фактов несоблюдений, разработке рекомендаций по их устранению и превентивному контролю.

Методология комплаенс-аудита торговых организаций включает совокупность целевых установок, этапов исследования, применяемые методы/способы и базируется на комплексе правовых регламентов, определяющих функционирование торговой деятельности и товарных операций.

Системный подход в обзоре правоустанавливающих законодательных и нормативных актов, регулирующих предпринимательскую деятельность, является ключевой компонентой комплаенс-аудита торговой деятельности и торговых операций. Согласно МСА 250, аудиторы определяют правовые регламенты, содержащие требования к формированию учетной информации и показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности общего и отраслевого назначения; не оказывающие влияние на раскрытие информации в бухгалтерской (финансовой) отчетности, но соблюдение которых обязательно при совершении торговых операций и продаже отдельных групп товаров, антикоррупционного и антитеррористического характера и другие регламенты, выполнение которых обязательно в сфере торговли и обращения товаров.

Алгоритм проведения комплаенс-аудита торговой деятельности включает четыре основных последовательных блока:

- предварительный блок согласования условий проведения комплаенс-аудита и систематизации правовых регламентов;
- блок планирования комплаенс-аудита, разработки его стратегии и плана на основе риск-ориентированного подхода;
- блок проведения аудиторских процедур и получение

ния аудиторских доказательств;

- завершающий блок подготовки рабочих документов аудитора по выявленным несоблюдениям, их обсуждение с руководством аудируемого лица и принятие решений о раскрытии нарушений, с учетом принятых мер.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. от 16.04.2022)
2. Приказ Минфина России от 09.01.2019 N 2н (ред. от 09.11.2021) «О введении в действие международных стандартов аудита на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов Министерства финансов Российской Федерации»
3. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 05.12.2022, с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023)
4. Приказ Минфина России от 15.11.2019 N 180н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы»
5. Приказ Минфина России от 13.01.2023 N 4н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация»
6. Методические рекомендации по учету и оформлению операций приема, хранения и отпуска товаров в организациях торговли (утв. письмом Роскомторга от 10.07.1996 N 1-794/32-5)
7. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 29.12.2022)
8. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 06.02.2023)
9. Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 04.05.2011 N 99-ФЗ (ред. от 29.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.03.2023)
10. Постановление Правительства РФ «О системе маркировки товаров средствами идентификации и прослеживаемости движения товаров» (вместе с «Правилами маркировки товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации», «Положением о государственной информационной системе мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации») от 26.04.2019 N 515 (ред. от 29.11.2022)
11. Федеральный закон «О противодействии коррупции» от 25.12.2008 N 273-ФЗ (ред. от 06.02.2023)
12. Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 07.08.2001 N 115-ФЗ (ред. от 28.04.2023)
13. Федеральный закон «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 27.07.2010 N 224-ФЗ (ред. от 07.10.2022)
14. 2016-2017 Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements // Режим доступа: <http://www.ifac.org/publications-resources/2016-2017-1>
15. Баракина Е.Ю. Генезис комплаенс-контроля в финансовой сфере // Финансовое право. 2022. N 11. С. 15 - 17.
16. Бесиков К.С. Тенденции правового регулирования комплаенс-контроля в Российской Федерации // Конкурентное право. 2019. N 1. С. 13 - 16.
17. Михайлова А.С. «Комплаенс» и «комплаенс-контроль» как категории риск-менеджмента в туристской деятельности - объективная реальность, требующая всестороннего теоретического осмысления // Туризм: право и экономика. 2019. N 1. С. 3 - 5.
18. Сафонова М.Ф., Марченко Ю.В. Формирование системы комплаенс-контроля в организациях строительной отрасли // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2023. N 6. С. 2 - 11.
19. Якимова В.А. Мониторинг эффективности и сбалансированности системы комплаенс-контроля организации // Аудитор. 2021. N 7. С. 8 - 15; N 8. С. 29 - 38.
20. Якимова В.А. Особенности применения комплаенс-процедур в системе внутреннего контроля экспортной деятельности предприятий // Международный бухгалтерский учет. 2021. N 4. С. 459 - 486.
21. Anti-Corruption Compliance Unfiltered: Anti-Corruption Compliance in the Middle East by Z Priest // Partridge Publishing Singapore (July 22, 2016)
22. Graham L. Internal control audit and compliance: documentation and testing under the new COSO framework. // New Jersey: John Wiley & Sons. 2015.
23. Kim A.C., Lee S.M., Lee D.H. Compliance risk assessment measures of financial information security using system dynamics // International Journal of Security and Its Applications. T. 6. Vol. 4. P. 191-200. 2012.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов

The authors declare no conflicts of interests

Received date: 10.0.2023

Revised date: 23.06.2023

Accepted date: 10.08.2023

УДК 004.932

## ОБЗОР РЫНКА РОССИЙСКИХ ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПЕРСПЕКТИВЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

© Автор(ы) 2023

**САЙМАНОВА Ольга Гавриловна**, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры  
технологии и организации строительного производства  
Самарский государственный технический университет  
443086, Россия, Самара, [olga.sayma@mail.ru](mailto:olga.sayma@mail.ru)

SPIN: 6625-8887

AuthorID: 427710

Researcher ID: O-2237-2016

ORCID: 0000-0001-6520-2197

**МАЛАХОВ Сергей Валерьевич**, кандидат технических наук, доцент кафедры программной  
инженерии

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики  
443086, Россия, Самара, [s.malakhov@psuti.ru](mailto:s.malakhov@psuti.ru)

SPIN: 1089-9215

AuthorID: 926021

ORCID: 0009-0001-8666-6713

**САЙМАНОВ Вадим Юрьевич**, студент

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики  
443086, Россия, Самара, [vadimsaimanov@yandex.ru](mailto:vadimsaimanov@yandex.ru)

SPIN: 4126-8796

AuthorID: 1173133

ORCID: 0000-0002-6912-4496

**ШУВАЛОВА Татьяна Витальевна**, кандидат физико-математических наук,  
доцент кафедры высшей математики

Самарский государственный технический университет  
443086, Россия, Самара, [shuvalovav.sgasu@mail.ru](mailto:shuvalovav.sgasu@mail.ru)

SPIN: 6626-0275

AuthorID: 664986

ORCID: 0000-0003-0191-6750

**Аннотация.** Актуальность темы обусловлена проблемами выбора, связанными с необходимостью выполнения Постановлений Правительства России о прекращении закупки иностранного программного обеспечения в условиях экономических санкций и поддержке отечественных производителей ПО. Политика импортозамещения позволит обеспечить технологическую независимость в IT-сфере и выйти разработчикам на новый уровень. Объявленный государством курс на импортозамещение явился мотивационным фактором для разработки новых российских операционных систем. В статье осуществляется обзор рынка российских операционных систем, наиболее перспективных с позиции импортозамещения. Повсеместно в государственных учреждениях ведется планомерная работа по переходу на работу с операционными системами на базе ядра Linux отечественного производства. Критериями выбора операционных систем для их исследования стали не только их эффективная работа, но и уровень защищенности информации и доверия. В статье рассмотрены наиболее распространенные ОС, имеющие действующие сертификаты ФСТЭК и ФСБ России, а также зарегистрированные в Едином реестре российских программ: Astra Linux, Red OS, ОСнова, Alter OS, ALT Linux и Эльбрус. Важным фактором для успешного решения проблемы импортозамещения является участие компаний-разработчиков операционных систем в фундаментальных исследованиях, а также их активность в научных разработках. Приведено количество внедренных инновационных проектов компаниями-разработчиками ОС за всю историю и динамика внедренных проектов за последние два года. Отмечено предприятие-лидер практически по всем параметрам отбора, операционная система которого признана приоритетной.

**Ключевые слова:** операционные системы, импортозамещение, дистрибутивы, программное обеспечение, безопасность информации.

## OVERVIEW OF THE MARKET OF RUSSIAN OPERATING SYSTEMS FROM THE POINT OF VIEW OF PROSPECTS OF IMPORT SUBSTITUTION

© Author(s) 2023

**SAYMANOVA Olga Gavrilovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate  
Professor of the Department of Technology and Organization of Construction Production  
Samara State Technical University

443086, Russia, Samara, [olga.sayma@mail.ru](mailto:olga.sayma@mail.ru)

**MALAKHOV Sergey Valerievich**, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Department of  
Software Engineering

Volga State University of Telecommunications and Informatics

443086, Russia, Samara, [s.malakhov@psuti.ru](mailto:s.malakhov@psuti.ru)

**SAYMANOV Vadim Yurievich**, student

Volga State University of Telecommunications and Informatics

443086, Russia, Samara, [vadimsaimanov@yandex.ru](mailto:vadimsaimanov@yandex.ru)

**SHUVALOVA Tatyana Vitalievna**, Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate  
Professor of the Department of Higher Mathematics

Samara State Technical University

443086, Russia, Samara, [shuvalovav.sgasu@mail.ru](mailto:shuvalovav.sgasu@mail.ru)

**Abstract.** The relevance of the topic is due to the problems of choice associated with the need to comply with the Decrees

of the Government of Russia on the termination of the purchase of foreign software in the context of economic sanctions and the support of domestic software manufacturers. The import substitution policy will ensure technological independence in the IT field and allow developers to reach a new level. The policy of import substitution announced by the state was a motivational factor for the development of new Russian operating systems. The article provides an overview of the market of Russian operating systems, the most promising from the standpoint of import substitution. Everywhere in public institutions, systematic work is underway to switch to operating systems based on the domestic Linux kernel. The criteria for choosing operating systems for their study were not only their effective operation, but also the level of information security and trust. The article discusses the most common operating systems that have valid certificates from the FSTEC and the FSB of Russia, as well as those registered in the Unified Register of Russian Programs: Astra Linux, Red OS, OSNOVA, Alter OS, ALT Linux and Elbrus. An important factor for a successful solution to the problem of import substitution is the participation of operating systems developers in fundamental research, as well as their activity in scientific development. The number of implemented innovative projects by OS development companies in the entire history and the dynamics of implemented projects over the past two years is given. The leading enterprise was noted in almost all selection parameters, the operating system of which was recognized as a priority.

**Keywords:** operating systems, import substitution, distributions, software, information security.

## ВВЕДЕНИЕ

В 2019 году был принят национальный проект «Цифровая экономика», основными направлениями реализации которого были определены такие сферы его действия, как: регулирование цифровой среды; развитие цифровой инфраструктуры; обеспечение информационной безопасности; подготовка кадров для цифровой экономики; внедрение цифровых технологий в государственное управление, в том числе, связанных с использованием искусственного интеллекта; а также создание благоприятных условий для разработки и распространения отечественных цифровых технологий на основе мер государственной поддержки IT-стартапов и разработчиков программного обеспечения [1].

Одной из задач при реализации национального проекта было создание отечественного программного обеспечения, в том числе операционных систем, которые бы эффективно выполняли свое функциональное назначение, обеспечивали защиту информации, но и решали вопрос импортозамещения [2; 3]. Операционная система – это важнейшая составляющая любого компьютера, поскольку представляет собой набор управляющих и обрабатывающих программ, при помощи которых осуществляется управление его аппаратными средствами: свободными ресурсами оперативной памяти, жестких дисков, карт памяти, работу с файлами, прикладными программами, утилитами, а также обеспечивается взаимодействие с пользователями.

Решение задачи импортозамещения в рамках реализации национального проекта не имело особого успеха. В 2021 году закупки иностранного программного обеспечения составляли 66 % от всех закупок программного обеспечения, а объем импорта – 418 млрд руб., а в 2022 году Россию покинули основные зарубежные вендоры, чья экосистема совместимых программных продуктов охватывала практически все отрасли российской экономики, и выполнение нацпроекта стало еще более проблематичным [7]. Правительством России были предприняты меры по государственной поддержке IT-отрасли, принят Указ Президента России № 83 от 03.03.2022 г. «О мерах по обеспечению ускоренного развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации», но вопрос импортозамещения зарубежной IT-продукции остается по-прежнему открытым [4–6].

## МЕТОДОЛОГИЯ

Цель данного исследования – обзор российских операционных программ, отвечающих требованиям государственной стратегии импортозамещения и обеспечения безопасности информации.

Методологическая основа исследования – метод сравнений, позволяющий произвести оценку явлений, сопоставляя отдельные его элементы, табличный и абстрактно-логический.

## РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Актуальность выбора оптимальной отечественной операционной системы подтверждается достаточно

большим количеством исследователей (К.А. Калужный, П.А. Кадочников, Ю.К. Демина, В.Л. Осипов, И.В. Жигалов и др.). Тем не менее, считать данную задачу решенной еще нельзя, что доказывает необходимость дальнейшего изучения данной проблемы [8–16].

В целях обеспечения безопасности информации в ключевых системах информационной инфраструктуры, противодействия техническим разведкам и технической защиты информации были приняты ряд государственных документов. Еще в 2015 году было принято Постановление Правительства № 1236 от 16 ноября «Об установлении запрета на допуск иностранного программного обеспечения при закупках для государственных и муниципальных нужд», а 23 марта 2017 г. принято Постановление № 325 «Об утверждении дополнительных требований к программам для электронных вычислительных машин и баз данных, сведения о которых включены в реестр российского программного обеспечения, и внесении изменений в Правила формирования и ведения единого реестра российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных» и был установлен запрет на осуществление государственных закупок иностранного программного обеспечения [2; 3].

В связи с взятой государственной стратегией на импортозамещение в 2020 году был издан приказ о переходе на отечественный софт в коммерческих и некоммерческих организациях и был создан Единый реестр российских программ Минкомсвязи России, в который были включены отечественные операционные системы, рекомендуемые к использованию. Так, к основным приоритетным российским операционным системам, рекомендуемым для использования в рамках импортозамещения можно отнести: Astra Linux, Red OS, ОСнова, Alter OS, ALT Linux, РОСА Кобальт, Эльбрус, Ось, Заря и др. Большинство из этих систем являются дистрибутивами на базе Linux – свободного и бесплатного программного обеспечения [16–20].

Основанием для выбора операционных систем стало наличие действующего сертификата ФСТЭК России, уровень защищенности информации от несанкционированного доступа к персональным данным и уровень доверия согласно требований приказа ФСТЭК России к средствам технической защиты информации и средствам обеспечения безопасности информационных технологий, а также требований безопасности информации к операционным системам, утвержденным ФСТЭК России на основании Указа Президента РФ от 16 августа 2004 г. и принятыми изменениями в 2021 г. [4–6].

Astra Linux – это российская операционная система специального назначения на базе ядра Linux, созданная для комплексной защиты информации и построения защищенных автоматизированных систем (рисунок 1). Имеет 3 уровня защиты информации, включая безопасную среду виртуализации – на выбор заказчика и с учетом актуальных для организации угроз. Компания-разработчик ГК «Астра» (ООО «РусБИТех-Астра») – лидер российской IT-индустрии, ведет разработку

флагманского продукта с 2008 года, является членом Ассоциации «Руссофт» и Ассоциации разработчиков программных продуктов (АРПП «Отечественный софт»), включающей разработчиков как антивирусного программного обеспечения, лингвистических программ, так и комплексной автоматизации в разных отраслях экономики. Операционная система Astra Linux сертифицирована в системах сертификации средств защиты информации Федеральной службой по техническому и экспертному контролю России (ФСТЭК), ФСБ, Минобороны РФ, позволяет обрабатывать в автоматизированных средствах информацию ограниченного доступа, содержащую государственную тайну с грифом не выше «совершенно секретно». Широко используется в военных силах, массовых коммуникациях, науке и образовании. Дистрибутив распространяется в двух вариантах: Astra Linux «Орел» Common Edition (CE) и Special Edition (SE). Распространение для физических лиц – бесплатное, для юридических – платное.

К недостатку можно отнести неудобство пользования в качестве операционной системы для домашнего компьютера или рабочей станции разработчика [21].

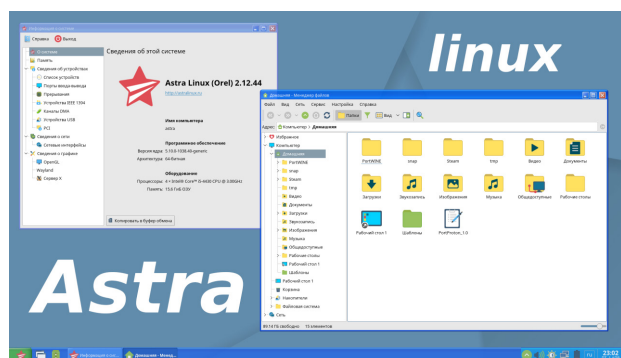


Рисунок 1 – Интерфейс ОС Astra Linux «Орел» [21]

Red OS – российская операционная система общего назначения для серверов и рабочих станций, обеспечивающая безопасность обрабатываемых данных (рисунок 2). Компания Ред Софт является участником инновационного фонда Сколково, является членом «Руссофта» и АРПП «Отечественный софт». При разработке операционной системы Red OS soft компания опиралась на опыт ведущих мировых сообществ Open Source и придерживалась Конвенций о наименовании пакетов и спецификации сборок. Дистрибутив построен на пакетной базе RPM формата и соответствует требованиям POSIX LSB 4.1 (Linux Standart Base). Система зарегистрирована в реестре российского ПО и сертифицирована, что подтверждает ее безопасность и гарантирует возможность использования для импортозамещения [22].

Операционная система позволяет администратору отслеживать и отражать кибератаки, поддерживает сетевую аутентификацию и используется как многопользовательская платформа. В качестве сервера используется Chromium, имеется клиент электронной почты Thunderbird, для работы с мультимедиа используется плеер VLC, обработка графики решается средствами GNOME или Gimp, доступные в репозитории операционной системы. Для коммерческого использования необходимо приобретение лицензии [22].

Недостатком системы является, возможно, нестабильная работа программ, не поддерживаемая Linux.

ALT Linux – это российский дистрибутив с собственной пакетной базой. Принимает участие во внедрении в государственных учреждениях и импортозамещении. Компания-разработчик «Альт-Линукс» («Базальт-СПО») была основана в 2001 году, как объединение проектов IPLabs Linux Team и Linux RuNet. К достоинствам операционной системы можно отнести простоту установки, хорошую русификацию, бесплатное приобрете-

ние, высокую сопротивляемость кибератакам, наличие полного пакета прикладных программ [23; 24].

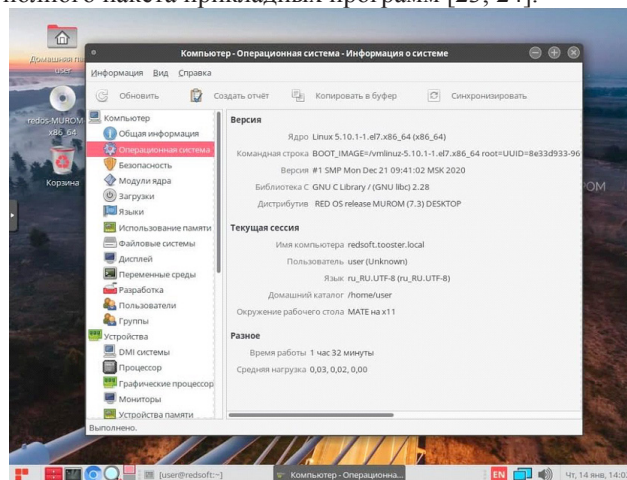


Рисунок 2 – Интерфейс Red OS [22]

Недостатками операционной системы ALT Linux является избыточно большое количество софта, установленное в установочный образ, недостаточно эстетически привлекательный интерфейс.

Эльбрус – операционная система для компьютеров с российскими процессорами с тем же названием. Относится к семейству GNU/Linux, сочетая ядро Linux и прикладные программы GNU, а также более 2000 программных пакетов. Система создана специально для вычислительных комплексов с масштабируемой архитектурой Эльбрус и SPARC (МЦСТ-R). Используется для развертывания рабочих станций и полноценных серверов. Компания занимается обновлением профессиональных знаний, имеет учебный центр, ведет активную работу со студентами, обеспечивая прохождение производственной практики, осуществляет руководство выпускными квалификационными работами [25].

Недостатком операционной системы Эльбрус является отсутствие пакетов для работы в виртуальных средах и репозиториях.

Основа – российская операционная экосистема на базе дистрибутива Linux. Система разработана Национальным центром информатизации, являющегося дочерним предприятием государственного концерна «Ростех», предназначена для комплексной автоматизации рабочих мест и IT-инфраструктуры госпредприятий и организаций. Программный пакет включает собственно операционную систему, средства защиты информации, инструменты мониторинге и системного управления, почтовый клиент, браузер и пакет программ для работы с документами. Система имеет обширные библиотеки языков программирования, совместима с большей частью оборудования, обладает возможностями многозадачности и многопользовательского режима, поддерживает большинство сетевых протоколов, в том числе TCP/IP и SCTP, имеет средства защиты и мониторинга, СУБД. Имеет фреймворк NESS (oSnova Enhanced Security (Sub)System), который не основан на SELinux и является собственной разработкой компании, с его помощью можно серьезно повысить безопасность системы и реализовать системы мандатного доступа. ОС является бесплатной для загрузки и тестирования [26].

К ее недостатку следует отнести то, что система имеет довольно много устаревшего ПО и не предусматривает использование обычными пользователями, администратор должен уметь работать с пакетным менеджером, а также некоторую избыточность софта, как, например, наличие сразу трех браузеров.

Alter OS – операционная система, предназначенная для работы как с отечественным, так и зарубежным программным обеспечением, ОС создана на ядре Linux, внесена в Единый реестр российских программ

для электронных вычислительных машин и баз данных. Операционная система разработана группой компаний АЛМИ, входящей в число лидеров IT-рынка по импортозамещению программного обеспечения нашей страны. Предприятие является одним из ведущих разработчиков ПО, имеет опыт разработки и внедрения проектов разного уровня сложности [27].

К недостаткам Alter OS следует отнести старое ядро (производная от Centos 7.5 еще 2018 г.), устаревшие версии прикладного ПО, отсутствие собственного видеодрайвера, а также устаревшее, с кастомной темой оформления рабочего стола Cinnamon.

В таблице 1 отражен обзор рынка рассмотренных операционных систем [17–20].

Таблица 1 – Обзор рынка российских операционных систем\*

| Информация об ОС                              | Astra Linux Special Edition (версия 1.7)                           | ALT Linux                                                                | Эльбрус                                                                                                | Основа                                                                           | Red OS (версия 7.3)                                             | Alter OS                                                |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1                                             | 2                                                                  | 3                                                                        | 4                                                                                                      | 5                                                                                | 6                                                               | 7                                                       |
| Компания-разработчик                          | ГК «Астра» (ООО «РусБИТек-Астра»)                                  | «Альт-Линукс» («Базальт-СПО»)                                            | АО «МЦСТ», ПАО «Институт электронных управляющих машин им. И.С. Брука»                                 | Национальный центр информатизации (входит в государственную корпорацию «Ростех») | «Ред Софт»                                                      | «АЛМИ Партнер»                                          |
| Официальный сайт                              | <a href="https://astralinux.ru/">https://astralinux.ru/</a>        | <a href="https://altlinux.ru/">https://altlinux.ru/</a>                  | <a href="http://mcstr.ru/">http://mcstr.ru/</a>                                                        | <a href="http://os-rt.ru/">http://os-rt.ru/</a>                                  | <a href="https://redos.d-soft.ru/">https://redos.d-soft.ru/</a> | <a href="https://alter-os.ru/">https://alter-os.ru/</a> |
| Наличие действующего сертификата ФСТЭК России | Есть, № 2557, действует до 27.01.2026 г.                           | Есть, действует до 08.08.2024 г.                                         | Нет информации                                                                                         | Есть, № 4381, действует до 31.03.2026 г.                                         | Есть, № 4060, действует до 12.01.2024 г.                        | Есть, № 4393, действует до 26.04.2026 г.                |
| Наличие сертификата ФСБ России                | № СФ / СИ-0342, действует до 04.04.2024                            | № СФ / СИ-0283, действует до 08.08.2024                                  | Нет информации                                                                                         | отсутствует                                                                      | отсутствует                                                     | отсутствует                                             |
| Дискреционное разграничение доступа           | есть                                                               | есть                                                                     | есть                                                                                                   | есть                                                                             | есть                                                            | нет                                                     |
| Мандатное разграничение доступа               | есть                                                               | нет                                                                      | нет                                                                                                    | есть                                                                             | нет                                                             | нет                                                     |
| Уровень доверия                               | 2 и 1                                                              | 4                                                                        | 4                                                                                                      | 4                                                                                | 4                                                               | 4                                                       |
| Защита виртуальной инфраструктуры             | есть                                                               | есть                                                                     | Нет информации                                                                                         | есть                                                                             | отсутствует                                                     | отсутствует                                             |
| Аудит и журналирование событий безопасности   | есть                                                               | есть                                                                     | есть                                                                                                   | есть                                                                             | есть                                                            | есть                                                    |
| Стоимость лицензий, руб.                      | Релиз Орел – 10100, Релиз Сыктывкар – 1400, Релиз Воронеж – 10 500 | Альт Рабочая станция – 2090, Альт Сервер – 5280, Альт Образование – 2090 | Для рабочих станций и однопользовательских серверов – 5000, для многопользовательских серверов – 20000 | ОС Основа – 1500, ОС ОН Стрелец – 14300                                          | Ред Ос – 3500, Ред Виртуализация – 60000                        | AlterOS Desktop – 4630, AlterOS Server – 21780          |

\* составлено авторами

Итак, ожидаемым лидером по всем параметрам отбора является ОС Astra Linux Special Edition, которая имеет сертификат ФСТЭК России, подтверждающий соответствие второму и первому уровням доверия и позволяющая применять систему при обработке информации, содержащей сведения, составляющие государственную тайну. «РЕД ОС» по параметрам сопоставима с ОС Astra Linux Special Edition, однако её уровень доверия ниже и не имеет сертификатов ФСБ России, что не позволяет ее рекомендовать.

Это решение может быть пересмотрено в случае появления новой информации от разработчиков операционных систем или программных продуктов, кроме того немаловажным фактором потенциала компаний-разработчиков операционных систем является и их активность в научных исследованиях (таблица 2) [16].

Таблица 2 – Общее количество внедренных проектов операционных систем

| № п/п | Наименование операционной системы | Всего |
|-------|-----------------------------------|-------|
| 1     | Astra Linux Common Edition        | 24    |
| 2     | Astra Linux Special Edition       | 19    |
| 3     | Red OS                            | 43    |
| 4     | Основа                            | 41    |
| 5     | Alter OS                          | 7     |
| 7     | OS ALT (ALT Linux)                | 13    |
| 8     | Аврора ОС                         | 11    |
| 9     | ROSA                              | 2     |
| 10    | Рассвет (OC)                      | 1     |

Как видно из таблицы 2, компании-разработчики ОС Astra Linux, Red OS, Основа имеют наибольшее количество внедренных проектов.

Динамика активности компаний-разработчиков операционных систем, отражающаяся долей внедренных проектов за последние 2 года, приведена в таблице 3.

Таблица 3 – Динамика внедренных проектов за 2021–2022 гг.

| № п/п | Наименование операционной системы | 2021 г.    | 2022 г.    | Изменение, % |
|-------|-----------------------------------|------------|------------|--------------|
| 1     | Astra Linux Common Edition        | 11,11      | 4,55       | -6,56        |
| 2     | Red OS                            | 12,7       | 29,55      | +16,85       |
| 3     | Основа                            | 26,98      | 52,27      | +25,29       |
| 4     | Alter OS                          | 11,11      | 4,55       | -6,56        |
| 5     | Microsoft Windows                 | 7,94       | нет данных | -            |
| 6     | OS ALT (ALT Linux)                | нет данных | 4,55       | -            |
| 7     | Другие                            | 30,15      | 4,55       | -25,6        |

Так, количество внедренных проектов компаниями Red OS выросло на 16,85 % (с 12,7 % от общего количества в 2021 году до 29,55 % в 2022 г.), Основы – увеличилось на 25,29 % (с 26,98 % в 2021 г. до 52,27 % в 2022 г.), а у Astra Linux и Alter OS – снизилось на 6,56 %.

## ВЫВОДЫ

Таким образом, на сегодняшний день по совокупности параметров российскую операционную систему Astra Linux можно считать одним из самых привлекательных дистрибутивов в условиях импортозамещения благодаря, в том числе, круглосуточной технической поддержке, наличию готовой инфраструктуры, а также широкой экосистемы совместимых решений. Однако сокращение компанией внедренных проектов за последний год, дает основание для рассмотрения и других российских дистрибутивов, более активно инвестирующих средства в научные разработки, поскольку их объем и эффективность является залогом успеха конкурентоспособности деятельности любого предприятия.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Национальные проекты РФ. Официальный сайт. Цифровая экономика [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://национальныепроекты.рф/projects/isifrovaya-ekonomika>.
2. Постановление Правительства № 1236 от 16 ноября 2015 г. «Об установлении запрета на допуск иностранного программного обеспечения при закупках для государственных и муниципальных нужд».
3. Постановление РФ № 325 от 23 марта 2017 г. «Об утверждении дополнительных требований к программам для электронных вычислительных машин и базам данных, сведения о которых включены в реестр российского программного обеспечения, и внесении изменений в Правила формирования и ведения единого реестра российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/ucxke5tjnh0jadWZ0EFK3xYr2uTXbOmn.pdf>.
4. Информационное сообщение ФСТЭК России № 240/24/1525 от 29 марта 2019 г. «О требованиях по безопасности информации, устанавливающих уровни доверия к средствам технической защиты информации и средствам обеспечения безопасности информационных технологий» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://fstec.ru/normativnaya-informatsionnye-i-analiticheskie-materialy/1812-informatsionnoe-soobshchenie-fstek-rossii-ot-29-marta-2019-g-n-240-24-1525>.
5. Приказ ФСТЭК России № 240/24/4893 от 18 октября 2016 г. n. 18 «Об утверждении требований безопасности информации к операционным системам» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/456082053>.
6. Указ Президента Российской Федерации № 1085 от 16 августа 2004 г. с изменениями на 8 декабря 2021 г. «Вопросы Федеральной службы по техническому и экспортному контролю» п. 8, подп. 13.1 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/901905922#7D20K3>.
7. Импортозамещение в сфере IT [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://strategyjournal.ru/innovatsii/importozameshchenie-v-sfere-it/>.
8. Косолапова, Н. А. Региональные трансформации: теоретические основы модернизации промышленности и практические аспекты реализации программы импортозамещения / Н. А. Косолапова, М. В.

Папушенко // Вестник Академии знаний. - 2022. - № 51(4). - С. 123-129.  
9. Импортозамещение в России: как заменить ПО и оборудование на отечественные аналоги? [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Новости:Импортозамещение\\_в\\_России:\\_как\\_заменить\\_ПО\\_и\\_оборудование\\_на\\_отечественные\\_аналоги](https://www.tadviser.ru/index.php/Новости:Импортозамещение_в_России:_как_заменить_ПО_и_оборудование_на_отечественные_аналоги).

10. Адаменко, А. А. Импортозамещение в Российской Федерации как метод стабилизации экономики / А. А. Адаменко, К. В. Желябовская // Современная экономика и ее информационное обеспечение: состояние, проблемы и перспективы развития: материалы Международной научной конференции молодых ученых и преподавателей вузов, Краснодар, 16-18 мая 2019 года. - Краснодар: Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, 2019. - С. 294-300.

11. Осипов В. Л., Жигалов И. В., Лубянков А. С., Антипов А. А., Титов В.Е. Импортозамещение в сфере телекоммуникаций и ИТ-технологий / Вестник Пермского университета: Информационные системы и технологии. Вып. 1 (52). 2021. С. 70-74.

12. Морозова Н.В., Мамчуев А.К., Хатуаев Т.А. Импортозамещение программного продукта в России. Международный журнал. Естественно-гуманитарные исследования № 44 (6). 2022. С. 367-370.

13. Kalyuzhnyi, K. (2014) Free software as a systematically important factor of the information environment of science and society: status and prospects. Science. Innovation. Education. No. 16. P. 240-264.

14. Kadochnikov P. (2006) An analysis of import substitution in Russia after the 1998 crisis. Moscow: Gaidar Institute for Economic Policy.

15. Gartner, Inc. Gartner Says Worldwide IT Spending is Forecast to Grow Percent in 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2016-01-18-gartner-says-worldwide-it-spending-is-forecast-to-grow-1-percent-in-2016>.

16. Tadviser. Государство. Бизнес. Технологии/ Операционные системы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/OC?cache=no&ptype=system#top>.

17. Сравнение Unix-подобных систем, наиболее перспективных для импортозамещения с точки зрения ИБ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://habr.com/ru/companies/lanit/articles/688742/>.

18. Лучшие российские операционные системы ТОП-5 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://сервиск.рф/2022/03/15/лучшие-российские-операционные-сист/>.

19. Обзор лучших российских операционных систем [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/a/YqmiEITln3-r70Ge>.

20. Обзор 20 российских операционных систем [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://3dnews.ru/958857/made-in-russia-obzor20-rossiyskih-operatsionnih-sistem>.

21. Официальный сайт компании-разработчика ОС Astralinux [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>.

22. Официальный сайт компании-разработчика ОС Red OS [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://redos.red-soft.ru/>.

23. Официальный сайт компании-разработчика ОС ALT Linux [Электронный ресурс] – Режим доступа:

24. Преимущества и недостатки ОС Альт Линукс [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nixtux.ru/469>.

25. Информация об операционной системе Эльбрус [Электронный ресурс] – Режим доступа:

26. Информация об ОС ОСнове [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://interface31.ru/tech\\_it/2022/08/rossiyskaya-sistema-osnova---kak-osnova-zashhishhennoy-infrastruktury.html](https://interface31.ru/tech_it/2022/08/rossiyskaya-sistema-osnova---kak-osnova-zashhishhennoy-infrastruktury.html).

27. Информация об Alter OS [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://interface31.ru/tech\\_it/2021/10/alteros-temnye-vody-otechestvennogo-importozameshheniya.html](https://interface31.ru/tech_it/2021/10/alteros-temnye-vody-otechestvennogo-importozameshheniya.html).

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов

The authors declare no conflicts of interests.

Received date: 10.04.2023

Approved date: 24.04.2023

Accepted date: 10.08.2023

УДК 338.012

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

© Автор(ы) 2023

**СУСЛОВ Сергей Александрович**, кандидат экономических наук, доцент,  
профессор кафедры «Экономика и автоматизация бизнес-процессов»  
Нижегородский государственный инженерно-экономический университет  
606340, Россия, Княгинино, nccmail4@mail.ru

SPIN: 4040-2965

AuthorID: 531491

ResearcherID: S-8276-2019

ORCID: 0000-0003-1189-8023

ScopusID: 57211474198

**ХАСАНОВА Алена Андреевна**, магистрант

Нижегородский государственный инженерно-экономический университет  
606340, Россия, Княгинино, aliona.kom@yandex.ru

ORCID: 0000-0003-6330-6726

**Аннотация.** В статье подвергаются рассмотрению актуальные вопросы, связанные с применением и потребностью в информационных технологиях и развитием цифровизации в фармацевтической отрасли Российской Федерации. Указаны факторы и проблемы, влияющие не только на изменение развитости самой отрасли, но и на тенденцию развития и совершенствования бизнес-процессов на основе внедрения новых информационных технологий с учетом цифровой трансформации экономики. В данной научной статье анализируется динамика фармацевтического рынка и отдельных его компонентов, в частности аптечных сетей. Описано развитие количества аптек по годам и в связи, с чем это происходит. Выявлен лидер по количеству открытых аптек по Нижегородской области. Указаны основные направления прогрессивных цифровых технологий используемых отечественными фармацевтическими компаниями в своей работе. Это наглядно показало, что цифровизацию нужно воспринимать в качестве главного тренда развития современной отрасли. Результатами исследования является подробное рассмотрение бизнес-процесса и обоснование важности по внедрению электронного рецепта между коммерческими организациями. Представлена контекстная диаграмма и диаграмма декомпозиции данного процесса в нотации IDEF0. Предложенные меры позволят улучшить протекаемые в отрасли бизнес-процессы и сформировать направления развития отрасли, в частности, в аптечных сетях РФ.

**Ключевые слова:** фармацевтическая отрасль, совершенствование бизнес-процессов, информационные технологии, цифровые технологии, тенденция развития, электронный рецепт.

## TRENDS OF DEVELOPMENT AND IMPROVEMENT OF BUSINESS PROCESSES IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY

© Author(s) 2023

**SUSLOV Sergey Alexandrovich**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Professor of the Department of Economics and Automation of Business Processes  
Nizhny Novgorod State Engineering and Economic University  
606340, Russia, Knyaginino, nccmail4@mail.ru

**KHASANOVA Alena Andreevna**, undergraduate  
Nizhny Novgorod State Engineering and Economic University  
606340, Russia, Knyaginino, aliona.kom@yandex.ru

**Abstract.** The article examines topical issues related to the use and need for information technology and the development of digitalization in the pharmaceutical industry of the Russian Federation. The factors and problems that affect not only the change in the development of the industry itself, but also the trend of development and improvement of business processes based on the introduction of new information technologies, taking into account the digital transformation of the economy, are indicated. This scientific article analyzes the dynamics of the pharmaceutical market and its individual components, in particular pharmacy chains. The development of the number of pharmacies over the years and in connection with what this happens is described. The leader in the number of open pharmacies in the Nizhny Novgorod region has been identified. The main directions of progressive digital technologies used by domestic pharmaceutical companies in their work are indicated. This clearly showed that digitalization should be perceived as the main trend in the development of the modern industry. The results of the study are a detailed consideration of the business process and justification of the importance of introducing an electronic prescription between commercial organizations. A context diagram and a decomposition diagram of this process in the IDEF0 notation are presented. The proposed measures will improve the business processes in the industry and form the directions for the development of the industry, in particular, in the pharmacy chains of the Russian Federation.

**Keywords:** pharmaceutical industry, business process improvement, information technology, digital technology, development trend, electronic prescription.

### ВВЕДЕНИЕ

Современные тенденции развития экономики и ее цифровая трансформация заставляют организации по-новому взглянуть на протекающие в них бизнес-процессы. Для этого имеются различные информационные технологии, нацеленные на бесперебойную работу по совершенствованию бизнеса. В частности, в 2019 г. был утверждена национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [1]. В рамках реализации данного проекта создаются благоприятные условия для развития цифровых платформ и цифровых технологий для эффективного взаимодействия всех участников отраслей экономики. Благодаря хорошим условиям, ак-

тивно развивается проект по внедрению электронного рецепта в государственные учреждения. На этом фоне начали вводить поправки в законодательную базу – Приказу Минздрава РФ N 66 от 13 февраля 2013 г. [2; 3].

Фармацевтическая отрасль является одной из важнейших отраслей экономики, так как она объединяет множество других отраслей промышленности. Она имеет высокую инвестиционную и инновационную привлекательность, что подтверждается положительной динамикой ее развития.

В то же время фармацевтическая отрасль сталкивается с рядом проблем, которые сдерживают ее развитие. Эти проблемы включают в себя отраслевые факторы, та-

кие как возможность производства конкурентоспособной продукции на внутреннем и международном рынках. Экономические факторы также оказывают влияние на динамику спроса на продукцию российских производителей. Политические факторы также могут негативно повлиять на состояние отрасли.

Однако, несмотря на эти проблемы, фармацевтическая отрасль продолжает развиваться и привлекать новых инвесторов и клиентов [4]. Организации этой отрасли активно работают над улучшением качества продукции и расширением своей клиентской базы. Это позволяет им быть успешными на рынке и привлекать новых клиентов.

В целом, фармацевтическая отрасль является одной из самых перспективных и динамично развивающихся отраслей экономики. Она будет продолжать расти и развиваться в будущем, привлекая все больше инвесторов.

Актуальность темы исследования определяет необходимость подробного изучения тенденции развития бизнес-процессов, а так же их обновлению благодаря информационным технологиям.

Отдельным элементом процесса цифровой трансформации посвятили свои труды Е. А. Ковалев [5], А. Е. Коньков [6], Р. А. Талканбаева [7] и др. Исследовали процесс цифровой трансформации в фармацевтической отрасли, а также современное состояние и перспективы развития Е. П. Ефименко [8], Н. С. Клунко [9], А. Лаврентьева [10]. Проблемы и перспективы развития системы «Электронный рецепт» обобщали С. Е. Раузина, В. А. Шелгунов, Т. В. Зарубина [11]. Основные факторы роста фармацевтической отрасли в своих работах описали А. А. Недведская [12], С. Р. Халимова, А. И. Иванова [13].

#### МЕТОДОЛОГИЯ

Важнейшей целью данной статьи является решение актуальной проблемы по совершенствованию бизнес-процессов с помощью информационных технологий и выявление тенденции развития.

В ходе исследования были использованы общенаучные методы и приемы: анализ, описание, сравнение, классификация, моделирование, статистические и графические методы. Именно система данных методов сформировала методологический подход исследования.

#### РЕЗУЛЬТАТЫ

Фармацевтическая отрасль, как составная часть российской экономики, играет немаловажную роль в развитии страны. Обеспечение и поддержание благоприятных условий для ее развития целесообразно как с точки зрения экономической, так и социальной. От устойчивости отрасли и независимости от внешних факторов зависит биологическая безопасность населения страны.

В течение многих лет фармацевтический рынок испытывает на себе различные трудности в виде санкций, эпидемиологической ситуации, политических разногласий и т. д. Хотя и фармацевтическая индустрия не попала под прямые санкции, но все равно пострадала от побочного эффекта в других отраслях и нарушения логистики между странами. Не смотря на это, отрасль в целом держится намного лучше других отраслей экономики.

На сегодняшний день можно выделить ряд факторов, влияющих на развитие фармацевтического рынка России:

- 1) Продолжение пандемии;
- 2) Страх потребителя на уменьшение или прекращение поставок, как лекарственных препаратов, так и сырья для него;
- 3) Усложнения логистики;
- 4) Выхода многих иностранных компаний с территории России;
- 5) Прекращения или приостановление исследований, в том числе и клинических испытаний.

Казалось, что все эти изменения должны быстро влиять на рынок, его трансформировать. Но так ли это по-

смотрим на цифрах, которые представлены в виде диаграммы (рисунок 1).

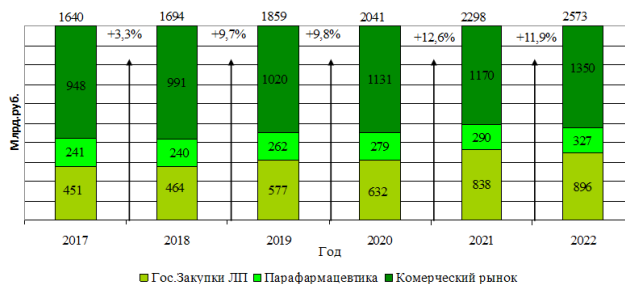


Рисунок 1 – Динамика емкости фармацевтического рынка России, млрд руб.

(составлено по данным Федеральной службы государственной статистики)

Как видно на диаграмме, резкий рост в 2021 году бюджетного сегмента обусловлен с закупкой препаратов и вакцин от COVID-19. В 2022 году основной прирост показал коммерческий рынок, а не государственный, как годом ранее. Существенное увеличение продаж было со стороны лекарственных препаратов. Общий объем рынка показал рост на 11,9 %, что составило 2573 млрд рублей.

Фармацевтические компании можно разделить на три группы: производители, дистрибьютеры (поставщики, оптовики), компании розничной торговли (аптечные сети).

Именно аптечные сети влияют на приток денежных средств от конечного потребителя до производителя лекарственных препаратов. Основная цель аптечных организаций заключается не только в получении прибыли от продаж, но и удовлетворения спроса в товарах аптечного ассортимента. На современном рынке аптеки тратят немало сил, чтобы быть конкурентоспособными. Они должны соответствовать ряду критериев, для того чтобы хотя бы удерживать своих постоянных покупателей, не говоря о том, чтобы увеличивать приток новых. В некоторых городах распространена практика открытие нескольких аптек в одном доме или аптек одной и той же сети друг напротив друга. Это связано не только с благоприятными условиями для развития бизнеса, но и с улучшением качества системы здравоохранения, с ростом заболеваемости населения. Динамика роста заболеваемости стабильна. Люди не стали больше болеть, а наоборот задумываются о своем здоровье и чаще посещают медицинские учреждения. Развивается система диагностики, возросло количество частных медицинских организаций [16]. Стало проще выявить заболевания, на которых и основывается статистика. Тем самым вырос спрос на лекарственные препараты, увеличился приток денежных средств, которые и были направлены на развитие аптечных сетей и открытие новых точек. Положительная динамика количества аптек по России сохраняется в течение многих лет (рисунок 2).

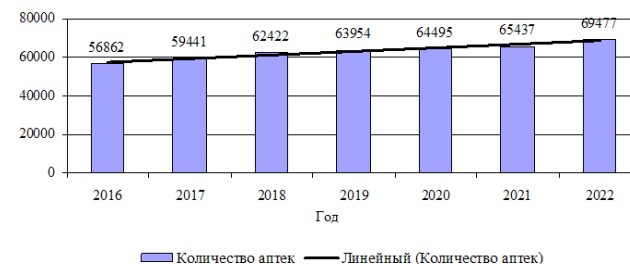


Рисунок 2 – Динамика количества аптек по России

(составлено по данным Федеральной службы государственной статистики)

На рисунке 2 видно, что количество аптек растет, несмотря на то, что многие аналитики говорят, что рентабельность аптек падает. По итогам 2022 года насчитывается 69 тысяч действующих аптек и аптечных учреждений, которые имеют лицензию на реализацию лекарственных препаратов и товаров медицинского назначения. По данным аналитической компании DSM Group рост количества аптек происходит за счет федеральных и региональных сетей, т.е. это крупные аптечные сети. Они увеличивают свое присутствие в регионах, приумножают число точек, а небольшие, одиночные аптечные сети уступают по своему количеству, тем самым становятся уже менее конкурентоспособными.

В Нижнем Новгороде и его области активно развиваются фармацевтические компании, которые занимаются розничной реализацией фармацевтической продукции и лекарственными препаратами. Количество аптечных организаций увеличиваются с каждым годом. По официальным данным Министерства здравоохранения Нижегородской области за 2019 год об аптечных организациях г. Нижнего Новгорода и Нижегородской области насчитывается 1 233 аптек, более 900 из которых – частные. Лидерами по количеству открытых аптечных точек из 23 наименований, являются: ГП НО «Нижегородская областная фармация» – 280 аптек и аптечная сеть «Максавит» – 504 аптек (таблица 1)

Таблица 1 – Аптечные организации г. Нижнего Новгорода и Нижегородской области\*

| № п/п | Наименование юридического лица (юридических лиц)                                                                                                                                                                         | Фирменное наименование (бренд) аптечной сети | Количество аптечных организаций в сети |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------|
| 1     | Поволжье-Фарм ООО                                                                                                                                                                                                        | Поволжье-Фарм ООО                            | 75                                     |
| 2     | "Ригла-НН" ООО                                                                                                                                                                                                           | Ригла и Будь здоров                          | 14                                     |
| 3     | "Аптека №313" ООО                                                                                                                                                                                                        | Аптека №313, Будь здоров                     | 22                                     |
| 4     | "Мелодия здоровья 1" ООО                                                                                                                                                                                                 | Мелодия здоровья                             | 1                                      |
| 5     | "Аптеки Сарова" АО                                                                                                                                                                                                       | -                                            | 13                                     |
| 6     | ООО "Аптека 24", ООО Ниж. аптеч. сеть                                                                                                                                                                                    | Гаман                                        | 45                                     |
| 7     | Бор Фармация ЗАО                                                                                                                                                                                                         | Бор Фармация ЗАО                             | 26                                     |
| 8     | ИП Иорданова Светлана Михайловна                                                                                                                                                                                         | Солнечное здоровье                           | 47                                     |
| 9     | Аксис ЗАО                                                                                                                                                                                                                | Солнечное здоровье                           | 2                                      |
| 10    | Дилема ЗАО                                                                                                                                                                                                               | Солнечное здоровье                           | 10                                     |
| 11    | "Торговая Дом "Рубин" ООО                                                                                                                                                                                                | Здоровита                                    | 9                                      |
| 12    | ГП НО «Нижегородская областная фармация»                                                                                                                                                                                 | Госаптека                                    | 280                                    |
| 13    | АЛТЕЯ ООО; ПЬТЕРНАТИВАФАРМ ООО; ВЕРИТАФАРМА ООО; ИТАМАКС НН ООО; ГРАЦИЯФАРМ ООО; Максавит НН ООО; ОКАФАРМ ООО; ПродвижениеФарм ООО; РегионАптека ООО; СодействиеФарм ООО; ТРУДФАРМ ООО; ФармСогласие ООО; ЭНДЭКОФАРМ ООО | МАКСАВИТ                                     | 504                                    |
| 14    | ОАО "Фармация" Павловского района                                                                                                                                                                                        | ОАО "Фармация" Павловского района            | 6                                      |
| 15    | Коверинское МУП "Фармация"                                                                                                                                                                                               | КМУП "Фармация"                              | 5                                      |
| 16    | ОАО "Фармация" Вачского района                                                                                                                                                                                           | ОАО "Фармация"                               | 2                                      |
| 17    | ООО "Богородская центральная районная аптека №23"                                                                                                                                                                        | ООО "ЦРА №23"                                | 6                                      |
| 18    | ООО "Богородская центральная районная аптека 2"                                                                                                                                                                          | ООО "БЦРА 2"                                 | 4                                      |
| 19    | "АНДРОМЕДА" ООО, "ВИТА ЛАЙН" ООО, "ТИАЦИНТ" ООО, "КОРУНД" ООО, "ПОЛДНЕЯ" ООО, "РУВИН" ООО, "СЕЛЕНА" ООО, "ТИТАН" ООО                                                                                                     | Вита Экспресс, Вита Центральная              | 58                                     |
| 20    | ОАО "Аптека №64"                                                                                                                                                                                                         | ОАО "Аптека №64"                             | 6                                      |
| 21    | Здоровье ООО                                                                                                                                                                                                             | Здоровье ООО                                 | 9                                      |
| 22    | ОАО "Фармация" с. Починки                                                                                                                                                                                                | ОАО "Фармация"                               | 6                                      |
| 23    | "Витамакс-НН" ООО                                                                                                                                                                                                        | "Витамакс-НН" ООО                            | 1                                      |

\*составлено на основании данных Министерства здравоохранения Нижегородской области [14]

По данным аналитического отчета RNC Pharma за 2022 год аптечная сеть ГП НО «Нижегородская областная фармация» имеет 282 аптек, тогда как аптечная сеть «Максавит» увеличила количество аптек до 844. Компания «Максавит» является лидером рынка по Нижегородской области по количеству открытых точек.

Стратегическая цель компании – иметь 4 % доли рынка по объему продаж на рынке РФ. Каждый 25-й человек, покупающий лекарство в России, должен быть обслужен в «Максавит». По данным аналитической компании RNC Pharma, в рейтинг аптечных сетей и объединений по доле на рознично-коммерческом рынке ЛПР России по итогам 2021 года компания «Макавит» заняла 9 место с долей 1,4 %.

В связи с поставленными целями компания должна постоянно совершенствоваться и инициировать новые подходы и решения в работе. Анализируя свой опыт и опыт своих коллег, можно выстроить цепочку дальнейших действий, учитывая особенности компании и

анализируемые ресурсы. Данная компания искренне желает понять и удовлетворить потребности клиента. Решает проблемы клиента как свои собственные, оказывает поддержку и профессиональную помощь, для того чтобы выстроить долгосрочные отношения. Поэтому у организации есть все шансы стать лидером не только по Нижегородской области, но и по России.

Фармацевтическая отрасль, как и любая другая отрасль, имеет свои проблемы и факторы, замедляющие ее развитие, и часть из которых была описана выше. В рамках своей работы их рассматривали С. Р. Халимова, А. И. Иванова [13]. Поэтому для решения проблем, встающих на пути позитивного развития отрасли России, важно обратить внимание на ряд факторов, которые сформулировал А. В. Болденков [15], в частности:

Финансовые – меры предоставления финансовой поддержки в виде ослабления налогов, выдача льготных кредитов, создание благоприятных условий для привлечения инвестиций;

Индустриальные – облегчение процесса госзакупок, оптимизация мероприятий государственного контроля за ценообразованием, для группы жизненно важных лекарственных препаратов и не только, в отрасли.

Территориальные – размещение важнейших фармацевтических предприятий на установленной территории (создание кластеров), организации развития инфраструктуры для гарантии дальнейшего эффективного функционирования деятельности предприятий.

Технологические – повышение притока инвестиций в новые разработки, проекты, совершенствование бизнес-процессов на основе внедрения информационных и цифровых технологий, усиление мер направленные на количества импортозамещающих препаратов, параллельное совершенствование областей промышленности, которые взаимосвязаны с изготовлением необходимых ресурсов для создания лекарственных препаратов, а так же повышения качества ряд мер направленных на подготовку квалифицированных сотрудников.

Осуществление качественной лекарственной помощи населению, эффективное ведение аптечного бизнеса тесно связано с правильной организацией деятельности на фармацевтическом рынке и активным применением информационных и коммуникационных технологий как для взаимодействия с клиентами и поставщиками, так и во внутренних процессах.

Большое количество аптечных и медицинских организаций переходят на электронный документооборот и внедряют современные информационные технологии, но до сих пор рецепты выписывают на бумажном носителе. Проблемы таких рецептов заключается в том, что не всегда понятно, какой препарат выписан и в каких дозах. Поэтому фармацевты отказывают в продаже, и просят повторно обратиться к врачу. При этом аптека теряет выручку, а клиент время. Рецепты на бумажном носителе еще имеют такое свойство, как потеряться, испачкаться или порваться.

Совершенствование бизнес-процессов на основе внедрения информационных систем, которые исключат возможность использования таких рецептов, улучшат эффективность работы как аптек, так медицинских организаций, и пациенты получат максимум выгоды.

Многие аптечные организации следят за новыми технологиями и для повышения качества обслуживания также внедряют новое и совершенствуют свои бизнес-процессы. Таким новшеством можно считать и электронный вид рецепта.

Электронное выписывание рецептов – это технологическая инновация в современной медицине, которая значительно повысит качество услуг и лекарств, доступных населению. Данное новшество призвано заменить ранее стандартные бумажные формы, на которых выписывались рецепты на лекарства. Теперь пациенты могут получить необходимые лекарства в ближайшей аптеке за считанные минуты, просто связавшись со своим леча-

щим врачом по телефону.

Рассмотрим, как выглядит такой бизнес-процесс, если заменить бумажные бланки электронными в организации (рисунки 3, 4).

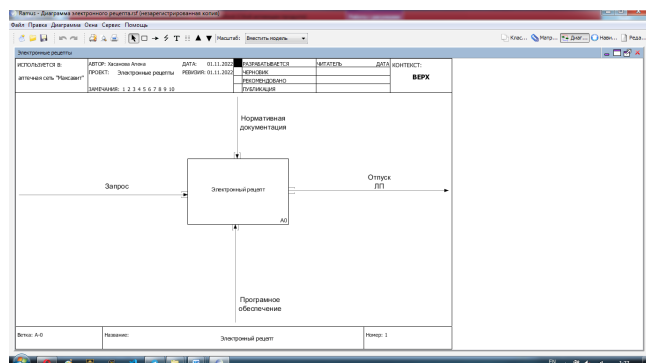


Рисунок 3 – Контекстная диаграмма бизнес-процесса «Отпуск лекарственного препарата по электронному рецепту» (составлено авторами)

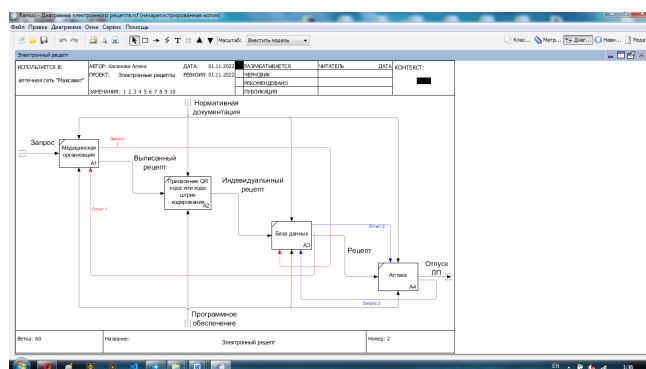


Рисунок 4 – Диаграмма декомпозиции процесса «Отпуск лекарственного препарата по электронному рецепту» (составлено авторами)

На диаграмме декомпозиции видно, что усовершенствованный процесс происходит автоматически с помощью программного обеспечения. Плюсом является и то, что к отчетности, которая хранится в базе данных, имеет доступ как медицинская, так и аптечная организация. Они могут в любой момент посмотреть информацию о пациенте и сверить нужные им данные.

Сам процесс выписки рецепта сильно не изменился, но много, что было неудобно как для врача, так и для пациента, стало автоматизированным. Тем самым походы к врачу для того, чтобы переписать рецепт, не нужны, так как вероятность ошибки при выписывании уменьшится и с самим рецептом ничего не случится.

Делая вывод по всему вышеперечисленному, можно сказать, что описывая бизнес-процесс, который имеется на данный момент, мы заметили ряд недостатков, которые необходимо исправить. Таким образом, если усовершенствовать такой процесс, внедрить между коммерческими компаниями и сделать определенное количество моментов автоматизированными с помощью информационных технологий, то можно сократить время и уменьшить нагрузку как на медицинские, так и на аптечные организации.

#### ОБСУЖДЕНИЕ

Основываясь на данных научной статьи С. Е. Раузина [11], доказано, что российское законодательство уже содержит положения и определения в рассматриваемой сфере. Так же было выявлено положительные результаты внедрения такой системы в различных странах и, в том числе, в России и некоторых регионах. На сегодняшний день электронный рецепт (ЭР) доступен в несколь-

ких регионах России, таких как Москва, Московская область, Санкт-Петербург и других крупных регионах страны с развитой цифровой инфраструктурой [15; 16; 17]. Несмотря на то, что пока это отдельные пилотные проекты, согласно Приказу Минздрава №66 к 2023 году все 85 регионов России должны перейти на систему ЭР. Вместе с этим существует еще множество проблем по согласованию элементов данной системы. Поэтому результат проведенных исследований направлен на упрощение внедрения бизнес-процесса, но не между государственными организациями, а коммерческими, так как этапы в такой структуре по внедрениям будут проще и по реализации, организации и законодательного регулирования.

#### ВЫВОДЫ

Подводя итоги, можно сказать, что фармацевтическая отрасль – одна из немногих, которую можно оценивать оптимистично, несмотря на все проблемы и геополитическую обстановку [18; 19; 20]. Нужно больше внимания уделить развитию информационных технологий фармацевтической отрасли в России и регулируемую ее законодательную базу, так как это напрямую влияет на благополучие всей экономики. Тенденция развития и совершенствования различных бизнес-процессов движется в положительном направлении и делает упор на внедрение цифровых технологий. С развитием в компании вспомогательных бизнес-процессов у организации получится удовлетворить потребность клиента, снизить затраты, а также повысить эффективность основного бизнес-процесса. Все автоматизации, оптимизации и совершенствования – это сложный и трудоемкий процесс, поэтому при выборе стратегии развития системы совершенствования руководителям любой компании необходимо учесть все риски и знать слабые места и своей компании и бизнес-процесса.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Чибисова И.С. Проблема информационной безопасности при реализации программы «Цифровая экономика Российской Федерации» // Эпоха науки. 2019. № 20. С. 217-219.
2. «Об утверждении стратегии лекарственного обеспечения населения Российской Федерации на период до 2025 года и плана ее реализации». Приказ Минздрава РФ N 66 от 13 февраля 2013 г. Веб-сайт: URL: <https://docs.cntd.ru/document/499003360>
3. «Об утверждении порядка назначения лекарственных препаратов, форм рецептурных бланков на лекарственные препараты, порядка оформления указанных бланков, их учета и хранения» Приказ Минздрава РФ N 4н от 14 января 2019 г. Веб-сайт: URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=408258>
4. Чернышева А.М., Дестерева Е.А., Черников С.Ю. Развитие фармацевтической отрасли в ЕС и России: проблемы взаимодействия // Вестник МИРБИС. 2022. № 1 (29). С. 20-28.
5. Ковалев Е.А., Сабитов Р.Э. От цифровизации экономики к цифровизации права: теоретико-правовое исследование // Норма. Закон. Законодательство. Право. 2021. С. 727-730.
6. Коньков А.Е. Цифровизация политики vs политика цифровизации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2020. Т. 13. № 1. С. 47-68.
7. Талканбаева Р.А. Цифровизация должна начинаться с регионов // Вестник Академии государственного управления при Президенте Кыргызской Республики. 2019. № 26. С. 38-41.
8. Ефименко Е.П., Федотова Е.Б. Цифровизация в фармацевтической отрасли // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 5-1 (87). С. 251-254.
9. Клунко Н.С. Цифровизация в фармацевтической отрасли: современное состояние и перспективы развития // Бизнес информ. 2020. № 5 (508). С. 329-335.
10. Лаврентьева А. Цифровизация в здравоохранении и фармацевтической отрасли - quo vadis? // Ремедиум. 2018. № S13. С. 202-209.
11. Раузина С.Е., Шелзунов В.А., Зарубина Т.В. Проблемы и перспективы системы «Электронный рецепт» в России. Систематический обзор // Социальные аспекты здоровья населения. 2020. Т. 66. № 5. С. 8.
12. Недведская А. А. Сдерживающие и стимулирующие факторы развития российской фармацевтической промышленности // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2017. № 4-6. С. 36-40.
13. Халимова С.Р., Иванова А.И. Факторы роста российских фармацевтических компаний // Инновации. 2019. № 8 (250). С. 53-59.
14. Министерство Здравоохранения Нижегородской области. Веб-сайт: URL: <https://zdrav-nnov.ru/ministerstvo/aptechnye-organizatsii/>
15. Назарова Н.А., Валуева Н.И. Проблематика правового регулирования телемедицины в контексте цифровизации здравоохранения

в России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Право. 2022. Т. 13. № 2. С. 360-377.

16. Титов Д.С., Якушева Е.Н., Новикова Ю.Э., Майстренко М.А., Улитёнок Е.Э. Изменения в порядке оформления и обращения рецептов в российской федерации // Российский медико-биологический вестник имени академика И.П. Павлова. 2022. Т. 30. № 3. С. 423-430.

17. Золотарева Н.Г., Похваленко Е.В. Нормативно-правовые основы и перспективы внедрения системы «Электронный рецепт» в Российской Федерации // Формулы фармации. 2021. Т. 3. № 2. С. 26-35.

18. Болденков А.В. Фармацевтическая отрасль как составная часть экономики России // Молодежь и наука. 2019. № 5-6. С. 98.

19. Цыгалов Ю.М., Яценко А.И. Повышение эффективности деятельности компании при оптимизации вспомогательных бизнес-процессов // Управленческие науки. 2022. Т. 12. № 2. С. 68-85.

20. Ткаченко Е.В., Сихимбаева Д.Р. Анализ современных подходов к управлению эффективным развитием фармацевтической организации // Научное обозрение. Экономические науки. 2020. № 1. С. 9-14.

*Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов*

*The authors declare no conflicts of interests*

*Received date: 02.05.2023*

*Revised date: 29.05.2023*

*Accepted date: 10.08.2023*

УДК 339.5; 311.311

## К ВОПРОСАМ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ: СУЩНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ

© Автор(ы) 2023

**ШНАЙДЕР Виктор Викторович**, кандидат экономических наук,  
доцент департамента магистратуры (бизнес-программ)  
Тольяттинский государственный университет  
445667, Россия, Тольятти, gerutti1881@mail.ru

SPIN: 8095-2917

AuthorID: 698522

ORCID: 0000-0001-8372-4706

ScopusID: 57895984600

**ФРОЛОВА Вероника Александровна**, кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный морской технический университет»,  
190121, Россия, Санкт-Петербург, veronika\_f@list.ru

AuthorID: 822119

SPIN: 8400-9908

ORCID: 0000-0002-4431-2650

**Аннотация.** В современном мире при определении финансового состояния и способности к устойчивому развитию для любого экономического субъекта, не зависимо от размера, формы и вида деятельности, понятие платежеспособности является одним из ключевых. В большей степени исследователи определяют платежеспособность как способность субъекта хозяйствования исполнять свои платежные обязательства, при этом у субъекта должны быть в достаточном наличии ликвидные средства, необходимые для покрытия обязательств. Дефиниция платежеспособности активно используется и страховыми организациями. Однако следует учесть возможное отклонение от стандартного представления данного понятия при использовании в страховых организациях и обратить внимание на особенности страховой деятельности, специфики финансовых отношений, возникающих в страховой сфере и т. д. Отметим и то, что специфика деятельности страховых организаций базируется на особенностях формирования и реализации страхового механизма и свойствах страхового продукта. Основными специфическими факторами считаются: инверсия экономического цикла, являющаяся неотъемлемой частью страховой деятельности; потребительская ценность продукта страхования, заключающаяся в гарантии страховой защиты; расчёт страховой премии, который осуществляется на базе прогнозных показателей убытков страховой организации, и последнее, ввиду инверсии экономического цикла страховой деятельности, полученные страховые премии направляются на формирование страховых резервов, необходимых для обеспечения страхового процесса в будущем. Вследствие чего, образованные страховые резервы дают возможность обеспечить исключительно такие обязательства, которые были включены в оценку страховой премии, исходя из принципа равнозначности обязательств.

**Ключевые слова:** анализ, инверсия, ликвидные средства, обязательства, организация, платёжеспособность, резервы, страховая премия, экономический цикл.

## TO ISSUES OF SOLVENCY OF INSURANCE ORGANIZATIONS: ESSENCE, SIGNIFICANCE AND MAIN ISSUES

© Author(s) 2023

**SCHNEIDER Viktor Viktorovich**, Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor of the Department of Master's Programs (Business Programs)  
Togliatti State University

445667, Russia, Togliatti, gerutti1881@mail.ru

**FROLOVA Veronika Alexandrovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
FGBOU VO "St. Petersburg State Marine Technical University",  
190121, Russia, St. Petersburg, veronika\_f@list.ru

**Abstract.** In the modern world, when determining the financial condition and ability for sustainable development for any economic entity, regardless of the size, form and type of activity, the concept of solvency is one of the key ones. To a greater extent, researchers define solvency as the ability of a business entity to fulfill its payment obligations, while the entity must have sufficient liquid funds necessary to cover obligations. The definition of solvency is actively used by insurance organizations. However, one should take into account the possible deviation from the standard representation of this concept when used in insurance organizations and pay attention to the features of insurance activities, the specifics of financial relations arising in the insurance sector, etc. We also note that the specifics of the activities of insurance organizations are based on the features of the formation and implementation of the insurance mechanism and the properties of the insurance product. The main specific factors are: the inversion of the economic cycle, which is an integral part of the insurance business; consumer value of the insurance product, which consists in the guarantee of insurance protection; the calculation of the insurance premium is carried out on the basis of the predicted indicators of losses of the insurance company and, lastly, due to the inversion of the economic cycle of the insurance activity, the received insurance premiums are directed to the formation of insurance reserves necessary to ensure the insurance process in the future. As a result, the formed insurance reserves make it possible to ensure only such obligations that were included in the assessment of the insurance premium based on the principle of equivalence of obligations.

**Keywords:** analysis, inversion, liquid funds, liabilities, organization, solvency, reserves, insurance premium, economic cycle.

### ВВЕДЕНИЕ

Оценка платежеспособности страховых организаций, проблемные вопросы применения современных стандартов в страховых организациях – это предмет обсуждения и научных дискуссий на различных уровнях, что подтверждено в научных трудах В. В. Антюшиной [1], В. В. Барабановой [2; 3], Д. В. Брызгалова [4], М. Г.

Жигас [5], М. Ю. Кармановской [7], Ю. В. Немцевой [9] и других. При этом, в настоящее время не вызывает сомнения практическая значимость необходимости совершенствования методик оценки платежеспособности страховых организаций с учетом зарубежного опыта на основе комплексного риск-ориентированного подхода.

### МЕТОДОЛОГИЯ

Методический инструментальный анализ платежеспособности страховых организаций и оценки риска их несостоятельности базируется на методах: сопоставления, анализа, сравнения, проблемном и монографическом методе.

## РЕЗУЛЬТАТЫ

В условиях нескончаемых кризисных явлений мировая и национальная экономика обусловили факт того, что для повышения эффективности и снижения рисков страховой деятельности необходимо повышение платежеспособности страховых организаций. Одной из наиболее важных проблем настоящего времени, стоящих перед страховыми компаниями, является финансовая устойчивость и платежеспособность, направленные на оптимальное соответствие активов, собственного капитала и обязательств с учетом факторов внешней и внутренней среды. При этом для каждой из групп заинтересованных сторон в устойчивом развитии страховой организации, особую важность принимает получение достоверной и полной информации для определения своих действий на стратегическом и тактическом уровне в отношении данной страховой организации. Для всех участников страховой деятельности достоверная и качественная оценка платежеспособности страховой организации является лакмусовой бумагой ведения деятельности. В этой связи необходимость исследования и совершенствования методических подходов к оценке платежеспособности страховых организаций является приоритетным. Однако методические подходы должны быть ориентированы на выявление факторов риска, присутствующих в страховой деятельности.

В международной практике стандарты оценки платежеспособности страховых организаций имеют длительный период эволюции. При этом, стандарты оценки платежеспособности страховых организаций, как правило, базируются на двух группах оценочных методик (рисунок 1).

Статистические, основанные на текущих показателях деятельности страховых организаций

- факторные методики (оценка простых факторов)
- рискованные методики (оценка рискованных факторов)

Динамические, основанные на оценке будущих показателей страховой организации

- сценарные методики (определение нескольких сценариев развития)
- принципиальные методики (включает анализ, в основе которого лежат различные принципы)

Рисунок 1 – Методики оценки платежеспособности страховых организаций  
(составлено авторами)

Заметим, что существующие и разрабатываемые в настоящее время национальные и межгосударственные стандарты оценки платежеспособности страховой организации, используемые в международной практике, основаны на двух основных стандартах:

1. Solvency II – концепция оценки платежеспособности страховой организации с учетом рисков и других принципов, внедренная в ЕС.

2. RBC (Risk-based capital) – концепция оценки капитала на основе риска, внедренная в США.

Сравнительный анализ стандартов Solvency II и RBC схематично представлен рисунком 2.

Отметим, что оба стандарта основаны на оценке достаточности капитала с учетом различных видов рисков, что особенно важно для достижения требуемого уровня платежеспособности страховой организации в условиях высоких рисков страховой деятельности.

В настоящее время вектором развития национальных систем оценки платежеспособности страховой организации являются риск-ориентированные стандарты. Обусловлено это тем, что повышаются требования к прозрачности деятельности отчетности страховых организаций и национальных страховых рынков в целом, а также необходимости гармонизации национальных законодательств и финансовых требований в сфере страхования.

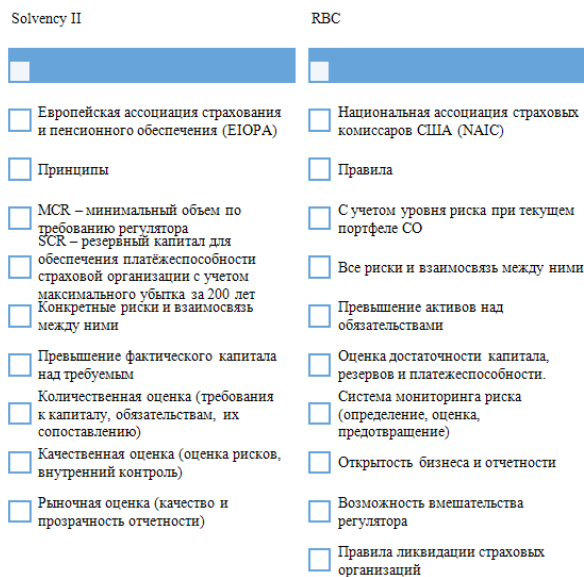


Рисунок 2 – Сравнительный анализ стандартов Solvency II и RBC  
(составлено авторами на материалах [3])

Большая часть национальных стандартов оценки платежеспособности страховой организации базируется на системе Solvency II, что обуславливает важность постепенного внедрения данного стандарта в практику оценки платежеспособности страховой организации.

Solvency (англ. – платежеспособность) II – это директива, основанная на концепции риск-ориентированного подхода к надзору и регулированию деятельности страховых организаций в ЕС. Данная директива направлена на создание единства регулятивных норм в области страхования и перестрахования. Основная цель Solvency II – «достаточная защита интересов страхователей и выгодоприобретателей», из которой проистекают и другие (второстепенные) цели регулирования – «обеспечение финансовой стабильности, справедливого и устойчивого функционирования рынков» [6]. При этом для страховых организаций наибольшую важность приобретают второстепенные цели, на достижение которых направлены требования регулирующих органов.

Необходимо отметить, что «стандарт Solvency II по большей части идентичен стандарту Базель III, который применяется для регулирования банковской сферы» [14]. Компоненты Solvency II представлены на рисунке 3.

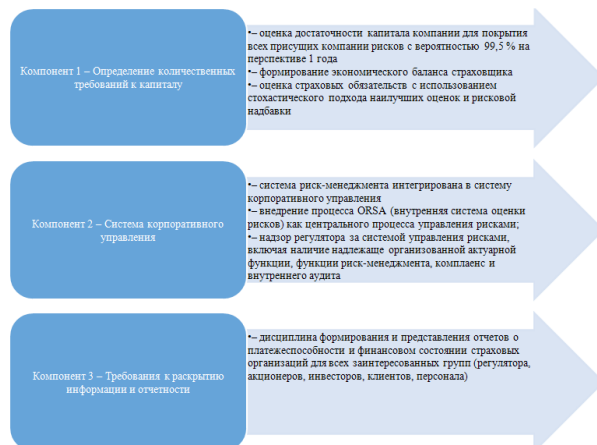


Рисунок 3 – Компоненты стандарта Solvency II  
(составлено авторами на материалах [15])

Необходимо отметить, что одним из наиболее суще-

ственных компонентов стандарта Solvency II являются количественные требования к капиталу. На рисунке 4 представлена структура активов и обязательств страховой организации в соответствии с требованиями стандарта Solvency II.

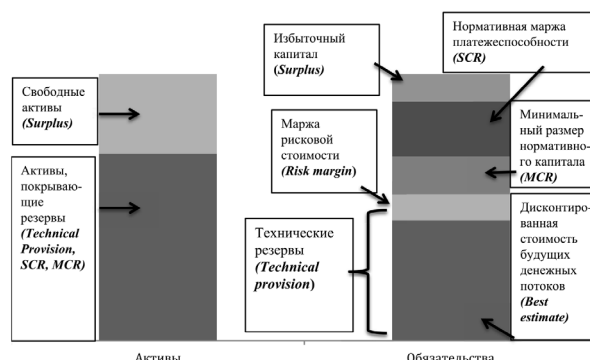


Рисунок 4 – Структура активов и обязательств страховой организации в соответствии с Solvency II [2]

При этом наиболее важной составляющей обязательства страховой организации является нормативный объем капитала (SCR), необходимый для обеспечения платежеспособности. При расчете SCR по стандартной формуле требования стандарта Solvency II принимают в расчет четыре основных вида рисков страховой организации: страховой риск, кредитный риск, рыночный риск и риск ликвидности. Несоблюдение требований SCR может привести к неплатежеспособности и банкротству страховой организации.

Несмотря на преимущества стандарта Solvency II по сравнению с ранее существовавшими стандартами (прежде всего, Solvency I), эксперты определяют основные препятствия, связанных с внедрением стандарта Solvency II в некоторых странах мира, в том числе в России (рисунок 5).

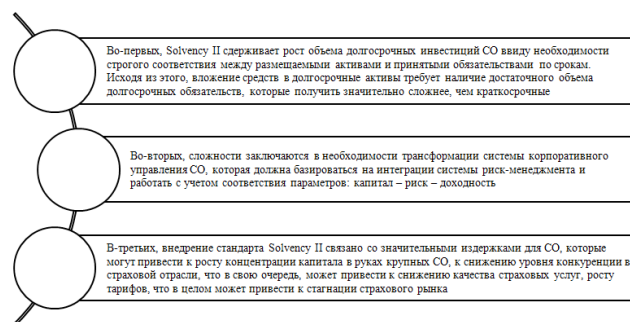


Рисунок 5 – Основные препятствия, связанные с внедрением стандарта Solvency II  
(составлено авторами на материалах [1; 4; 10; 16])

## ВЫВОДЫ

В целом, можно сделать вывод о том, что внедрение риск-ориентированных стандартов оценки платежеспособности страховых организаций, основанных на требованиях к объему капитала с учетом всех видов рисков, затрагивающих деятельности страховых организаций, является наиболее приемлемым с точки зрения повышения требований к прозрачности деятельности и отчетности страховых организаций, а также гармонизации национальных законодательств и финансовых требований в сфере страхования. В целом, можно сделать вывод о том, что риск-ориентированный подход к оценке платежеспособности страховой организации является на сегодняшний день наиболее прогрессивным.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Антюшина В.В. Европейские стандарты платежеспособности для страховых компаний Solvency II в ЕС и РФ на современном

этапе // Молодой ученый. – 2019. – №3 (241). – С. 145–148.  
2. Барабанова В. В. Страховой рынок Европейского союза – переход к риск-ориентированному регулированию и первые результаты Solvency II // Страховое право. – 2017. – № 1. – С. 36  
3. Барабанова В.В. Международный опыт оценки платежеспособности страховых компаний. Дисс...канд.экон.наук. – М., 2019. – с. 40–41.  
4. Брызгалов, Д.В. Влияние требований Solvency 2 на страховой рынок Российской Федерации // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. – №13 (247). – С. 21

5. Жигас М.Г. Финансовая устойчивость страховой организации и факторы, определяющие ее характер. //Известия ИГЭА. 2013. № 1  
6. Информационное письмо о Директиве 2009/138/ЕС Европейского Парламента и Совета Европейского союза от 25.11.2009 «Об организации и осуществлении деятельности страховых и перестраховочных организаций (Solvency II)» – М.: Банк России, 2016

7. Кармановская М.Ю. Государственное регулирование платежеспособности страховщиков. Диссертация на соискание степени кандидата экономических наук: 08.00.10/ Москва 2010

8. Концепция внедрения риск-ориентированного подхода к регулированию страхового сектора в РФ. Официальный сайт ЦБ РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://cbr.ru/Content/Document/File/41412/concept\\_solvency\\_II.pdf](https://cbr.ru/Content/Document/File/41412/concept_solvency_II.pdf)

9. Немцева Ю.В., Усольцева Л.А. Диверсификация страхового портфеля как инструмент снижения риска неплатежеспособности страховой организации // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 6. – С. 1005–1014

10. Новиков В. (2018). Solvency II – новая отчетность или революция в ведении бизнеса? // АСН. 12.09.2018. Электронный ресурс. Режим доступа: [www.asn-news.ru/post/892](http://www.asn-news.ru/post/892) (дата обращения 30.11.2019).

11. Положение ЦБ РФ № 710-П «Об отдельных требованиях к финансовой устойчивости и платежеспособности страховщиков» Официальный сайт ЦБ РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cbr.ru/statichtml/file/33036/710-p.pdf>

12. Указание Банка России от 28 июля 2015 г. N 3743-У «О порядке расчета страховой организацией нормативного соотношения собственных средств (капитала) и принятых обязательств» Официальный сайт ЦБ РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cbr.ru/finmarkets/files/legislation/3743-U.pdf>

13. Цибулевский М. Обзор регуляторных требований к системе управления рисками в страховых компаниях, 2019. Электронный ресурс. Режим доступа: [uainsur.com/wp-content/uploads/2019/02/2.-Solvency-II-short-version.pdf](http://uainsur.com/wp-content/uploads/2019/02/2.-Solvency-II-short-version.pdf) (дата обращения: 01.12.2019)

14. Чистюхин В., Буравлева Н. (2016). От Базеля II к Solvency II или что такое риск-ориентированный подход к оценке платежеспособности страховщиков: первые шаги на пути внедрения, задачи и перспективы // Аналитический банковский журнал, 29 декабря 2016 г. Электронный ресурс. Режим доступа: [www.insur-info.ru/press/125074](http://www.insur-info.ru/press/125074) (дата обращения 12.12.2019).

15. PWC. Риск-ориентированный подход к регулированию страхового сектора в России. 13 декабря 2017 г. Электронный ресурс. Режим доступа: [www.pwc.ru/en/insurance/assets/solvency-2.pdf](http://www.pwc.ru/en/insurance/assets/solvency-2.pdf) (дата обращения 30.03.2019).

16. Directive 2009/138/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the taking-up and pursuit of the business of Insurance and Reinsurance (Solvency II) [Электронный ресурс]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02009L0138-20140523&from=EN>.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов  
The authors declare no conflicts of interests

Received date: 10.07.2023

Revised date: 25.07.2023

Accepted date: 10.08.2023

УДК 339.5; 311.311

## ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КОМПАНИИ: ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ И ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

© Автор(ы) 2023

**ШНАЙДЕР Виктор Викторович**, кандидат экономических наук,  
доцент департамента магистратуры (бизнес-программ)  
*Тольяттинский государственный университет*  
445667, Россия, Тольятти, gerutti1881@mail.ru

SPIN: 8095-2917  
AuthorID: 698522  
ORCID: 0000-0001-8372-4706  
ScopusID: 57895984600

**ШУМИЛОВА Ирина Владимировна**, кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры экономики и управления  
*Самарский государственный университет, Сызранский филиал*  
446022, Россия, Сызрань, irina.siv2014@yandex.ru  
доцент кафедры экономики и управления «Экономика и финансы»  
*Тольяттинская академия управления*  
445051, Россия, Тольятти, irina.siv2014@yandex.ru

AuthorID: 811313

**Аннотация.** Финансовая устойчивость компании является одним из основных условий жизни, развития и поддержания высокого уровня конкурентоспособности. Многие компании отечественного рынка финансово неустойчивы из-за сложных и постоянно изменчивых экономических условий. Также стоит отметить и то, что инвесторы не имеют достоверной информации об устойчивости финансового положения компании, и, соответственно, объем инвестиций в такие компании падает. В тоже время стартапы часто разоряются в первый же год своего существования, что тормозит развитие бизнеса. Политический и экономический кризис, порожденные пандемией Covid-19 и напряженной мировой обстановкой последнего времени, вывели вопрос о финансовой устойчивости отдельно взятой компании на новый уровень и обусловили важность анализа и оценки уровня финансовой устойчивости любой компании. Исходя из этих положений, на данный момент для российских компаний важно сохранить и укрепить ту степень финансовой устойчивости, которая сложилась в кризисный период. Такой подход подкрепляется тем, что финансовая устойчивость относится к способности компании, не зависимо от сферы и масштаба деятельности, ускорять свои экономические процедуры, гибко реагировать на изменения и контролировать риски. Кроме того, финансовая устойчивость раскрывается через систему показателей, ее характеризующих в числе которых ликвидность и платежеспособность компании. Ликвидность называется краткосрочной платежеспособностью компании. При наличии у компании достаточного количества ликвидных активов, которые можно легко обменять на наличные деньги, обуславливается высокий уровень ликвидности и платежеспособности компании, положительно характеризующих уровень финансовой устойчивости. В тоже время неспособность компании выполнить свои краткосрочные обязательства провоцирует риск ликвидности. Недостаточная ликвидность может спровоцировать дефицит наличности, который необходим при покрытии обязательств и снижении рисков. Недостаточная ликвидность может привести компанию к неплатежеспособности ликвидности, лишенной статуса неплатежеспособности капитала. Следовательно, компании сталкиваются с риском ликвидности, когда они не в состоянии удовлетворить свои ожидаемые и условные потребности в наличных средствах и заимствуют больше средств, когда это необходимо. Из этого можно заключить, что создание ликвидности укрепляет стабильность компании и минимизирует риск ликвидности, который имеет негативное влияние на финансовую устойчивость данной компании.

**Ключевые слова:** анализ, компания, кризис, ликвидность, платежеспособность, финансовая устойчивость, экономические процедуры.

## FINANCIAL STABILITY OF A COMPANY: CONCEPT AND MAIN THEORETICAL ISSUES

© Author(s) 2023

**SCHNEIDER Viktor Viktorovich**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Master's Programs (Business Programs)  
*Togliatti State University*  
445667, Russia, Togliatti, gerutti1881@mail.ru

**SHUMILOVA Irina Vladimirovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor, Department of Economics and Management,  
*Samara State University, Syzran Branch*  
446022, Russia, Syzran, irina.siv2014@yandex.ru  
Associate Professor of the Department of Economics and Management "Economics and Finance"  
*Togliatti Academy of Management*  
445051, Russia, Tolyatti, irina.siv2014@yandex.ru

**Abstract.** The financial stability of the company is one of the main conditions for life, development and maintaining a high level of competitiveness. Many companies in the domestic market are financially unstable due to difficult and ever-changing economic conditions. It is also worth noting that investors do not have reliable information about the stability of the financial position of the company, and, accordingly, the volume of investments in such companies is falling. At the same time, startups often fail in the first year of their existence, which hinders business development. The political and economic crisis generated by the Covid19 pandemic and the recent tense global situation have taken the issue of the financial stability of a single company to a new level and determined the importance of analyzing and assessing the level of financial stability of any company. Based on these provisions, at the moment it is important for Russian companies to maintain and strengthen the degree of financial stability that developed during the crisis period. This approach is reinforced by the fact that financial stability refers to the ability of a company, regardless of the scope and scale of its activities, to accelerate its economic procedures, respond flexibly to changes and control risks. In addition, financial stability is revealed through a system of indicators that characterize it, including the liquidity and solvency of the company. Liquidity is called the short-term solvency of the company. If the company has a sufficient amount of liquid assets that can be easily exchanged for cash,

a high level of liquidity and solvency of the company is determined, which positively characterizes the level of financial stability. At the same time, the company's inability to meet its short-term obligations provokes liquidity risk. Insufficient liquidity can provoke a shortage of cash, which is necessary to cover obligations and reduce risks. Insufficient liquidity can lead the company to liquidity insolvency, deprived of capital insolvency status. Consequently, companies face liquidity risk when they are unable to meet their expected and contingent cash needs and borrow more when needed. From this we can conclude that the creation of liquidity strengthens the stability of the company and minimizes the risk of liquidity, which has a negative impact on the financial stability of this company.

**Keywords:** analysis, company, crisis, liquidity, solvency, financial stability, economic procedures.

## ВВЕДЕНИЕ

При управлении финансовой устойчивостью компания ведет непрерывную поддержку устойчивого положения на основе реализации мер по предотвращению кризисных признаков потери устойчивости операций, платежеспособности и кредитоспособности. Концептуальные основы финансовой устойчивости компании в целях управления включают определение объекта и субъекта управления, задач, функций, принципов управления и критериев эффективности. Кроме того, эффективность управления финансовой устойчивостью компании ориентировано на учет факторов внешней и внутренней среды финансовой устойчивости. Среди них: этап экономического развития, фискальная, денежно-кредитная политика; этапы жизненного цикла предприятия, стратегия управления активами, собственный капитал, заемные ресурсы, риск компании. Большое количество факторов, влияющих на финансовую устойчивость компании, обуславливает отсутствие в экономической литературе единого подхода к их группировке по определенным классификационным признакам.

Проблематика анализа финансовой устойчивости компаний финансовой сферы рассматривается во многих научных работах ведущих отечественных ученых-экономистов таких, как М. А. Журба, Т. Д. Завальный, О. С. Лаврушин, И. В. Ларионов, Н. А. Савинская, Б. В. Созыкина, В. А. Трошина, Г. Г. Фетисов и др. Однако до настоящего времени дискуссионность вопросов понятийного аппарата финансовой устойчивости не прекращается и до настоящего времени, и единого мнения в части методического инструментария анализа и оценки финансовой устойчивости нет.

## МЕТОДОЛОГИЯ

Теоретическо-методическая основа исследования базируется на научно-исследовательских трудах теоретиков и практиков в области финансового менеджмента, а также нормативно-правовой базе регулирования деятельности российских компаний. Методы исследования необходимые для изучения и анализа вопросов финансовой устойчивости и обусловлены изучением научной литературы, применением методов: синтеза, обобщения, сравнения, статистического анализа, методов финансово-экономического анализа и др.

## РЕЗУЛЬТАТЫ

Проблемы финансовой устойчивости современных компаний давно являются предметом теоретических и практических исследований в области финансов, но, к сожалению, к понятию финансовой устойчивости нет однородного и общепринятого подхода. Тем не менее, существует 2 основных подхода к понятию финансовой устойчивости компании, являющихся предметом жарких дискуссий среди отечественных специалистов-практиков и ученых.

Сторонники первого подхода определяют финансовую устойчивость в «широком» смысле и считают, что финансовая устойчивость является основной характеристикой, которая определяет финансовое состояние компании. Выделяются следующие определения к понятию финансовой устойчивости как к основной характеристике финансового состояния компании (рисунок 1).

В «узком» смысле понятие финансовой устойчивости определяется способностью компании полностью и в срок обслуживать свои обязательства. Определения, основанные на этом подходе, схематично представлены рисунком 2.

|                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| А. Д. Шеремет: «Финансовая устойчивость – основополагающая характеристика, которая определяет финансовое состояние организации»                                                                                                                                            |
| Л. Т. Гилерова: «Понятие «финансовая устойчивость» организации многогранно, оно более широкое, в отличие от понятий «платежеспособности» и «кредитоспособности», так как включает в себя оценку различных сторон деятельности организации»                                 |
| Г. В. Савицкая: «Способность субъекта функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска» |
| Е. В. Негашев: «Финансовая устойчивость организации в первую очередь определяется наличием достаточного количества запасов и затрат источниками формирования»                                                                                                              |

Рисунок 1 – Понятийный аппарат дефиниции финансовая устойчивость в «широком» смысле (составлено авторами на материалах [5; 8])

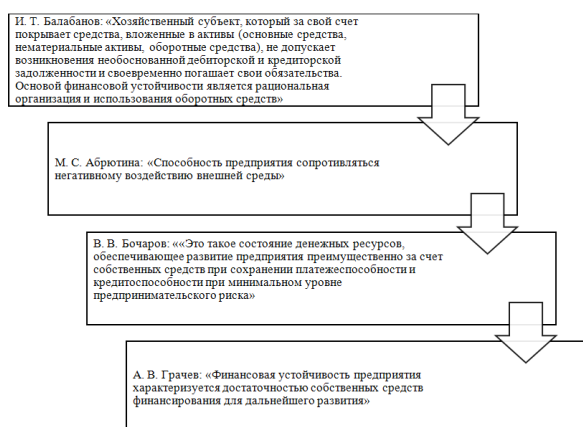


Рисунок 2 – Понятийный аппарат дефиниции финансовая устойчивость в «узком» смысле (составлено авторами на материалах [2; 3; 4])

Предпосылкой данного подхода является то, что она ориентирована на способность компании генерировать стабильный поток прибыли, являющийся основным компонентом финансовой устойчивости компании. В этом случае важным условием является то, чтобы прибыль должна быть постоянной, так как высокие доходы от разовых операций не являются гарантом финансовой устойчивости. К тому же, высокий объем краткосрочных и долгосрочных заемных средств – это негативный фактор при анализе и оценке уровня финансовой устойчивости компании.

История научных исследований финансовой стабильности насчитывает более ста лет. В целом предлагаемые инструменты носят стихийный и оппортунистический характер. За последнее столетие наука разработала множество методов и методик работы с финансовой стабильностью; более сложные компьютерные методы используются в течение нескольких последних десятилетий.

При определении уровня финансовой устойчивости кредитных компаний необходимо учитывать их специфику деятельности, которая, в первую очередь, заключается в том, чтобы организовывать оборот денежной массы между хозяйствующими субъектами. В этой связи понятие финансовой устойчивости для кредитных компаний является важнейшим показателем, так как кредитная компания с низким уровнем финансовой устойчивости не может выполнять свои основные функции, а именно – предоставлять финансовые услуги населению, обеспечивать кредитными средствами хозяйствующие

субъекты, что способствует обеспечению экономической стабильности и развитию экономики.

В тоже время ряд специалистов считают, что финансовая устойчивость кредитных компаний основана на балансе ее пассивов и активов, качества кредитного и инвестиционного портфелей, а также от количества и лояльности клиентов. Однако, по мнению других специалистов, необходимо учитывать в структуре финансовой устойчивости и другие компоненты, такие как ликвидность, платежеспособность и прибыльность.

Несмотря на то, что существует большое количество работ, посвященных анализу и изучению понятия финансовой устойчивости кредитных компаний, на данный момент нет единого и однозначного определения данного понятия. Так, по мнению некоторых исследователей, финансовая устойчивость кредитной компании наблюдается, когда ее доходы превышают расходы. Несомненно, прибыль и доходы являются одними из основополагающих компонентов успешной деятельности кредитной компании, однако, следует учитывать другие важные факторы финансовой деятельности компании, а именно – воздействия внешней и внутренней среды.

Некоторые исследователи указывают на значение факторного компонента в системе финансовой устойчивости кредитной компании. По их мнению, финансовая устойчивость представляет собой динамический интегральный показатель, который характеризует компанию, как финансовый институт или орган, способный поддерживать эффективную деятельность, выполняя свои функции и выдерживая влияние внешних и внутренних негативных факторов.

Распространенной в научной литературе считается следующая точка зрения. Финансовая устойчивость кредитной компании – это ее способность выполнять свои функции, не испытывая серьезного негативного влияния от внешней среды.

Анализ определений финансовой устойчивости кредитных компаний различных авторов дал возможность сделать вывод о том, что в общем смысле под финансовой устойчивостью понимается способность такой компании противостоять внешним воздействиям. В узком же смысле финансовая устойчивость понимается как наличие у кредитной компании таких свойств, как платежеспособность, ликвидность, функция преобразования сбережений в кредитные вложения.

Данный подход встречается в научных работах ученых О. И. Лаврушина [6], Г. Г. Фетисова [11], А. Мурати [7] и др. представлено на рисунке 3.



Рисунок 3 – Финансовая устойчивость кредитной компании с позиции разных стейкхолдеров

Д. С. Куинтин и М. Хельшер в своей работе «Управление системными банковскими кризисами» определяют финансовую устойчивость кредитной компании как «стабильное состояние, при котором коммерческие

банки эффективно выполняют свои основные экономические функции по распределению ресурсов, распределению рисков и погашению долгов и платежей» [10].

М. А. Сеговиано и К. Гудхарт указывают на то, что «волатильность финансовой устойчивости банков может быть вызвана идиосинкразическими факторами, связанными с отсутствием надлежащей банковской практики, которая может неблагоприятно повлиять на платежеспособность банка, или систематическими факторами, вызванными макроэкономическими потрясениями, которые приводят к денежно-кредитной напряженности и, как следствие, потери финансовой устойчивости для коммерческих банков» [9].

Исходя из вышеизложенной теоретической базы, финансовая устойчивость кредитной компании понимается как совокупность определенных характеристик, позволяющих ей выполнять свои основные функции и сохранять свое положение на рынке финансовых услуг. Отметим то, что данные характеристики определяются приемлемым уровнем ликвидности, кредитоспособности и платежеспособности, а также достаточностью собственных источников средств финансирования деятельности кредитной компании.

Для того чтобы дать более достоверную оценку финансовой устойчивости кредитной организации, необходимо провести исчерпывающий финансовый анализ ее отчетности, при котором следует учитывать:

- сущность и значение ряда показателей, характеризующих ограничения, налагаемые регуляторами на ее деятельность, могут варьироваться и изменяться;

- помимо показателей, характеризующих реализацию нормативных стандартов, в финансовом анализе кредитных компаний можно определить и проанализировать различные дополнительные показатели и стандарты. При проведении финансового анализа следует учитывать только внутренние факторы, выбор которых можно контролировать.

Прежде чем перейти к сущности финансовой устойчивости и факторам, влияющим на нее, нужно провести разграничительную черту между понятиями кредитоспособности, платежеспособности и ликвидности кредитной организации. Взаимосвязь понятий ликвидности, платежеспособности и кредитоспособности представлена на рисунке 4.

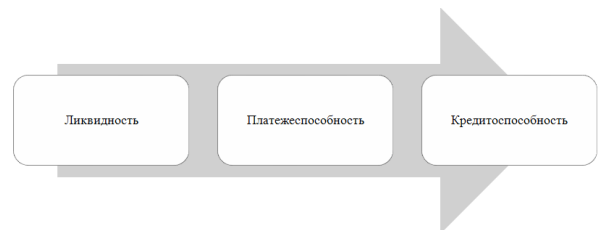


Рисунок 4 – Взаимосвязь понятий, составляющих определение финансовой устойчивости

Исходя из графического изображения взаимосвязи характеристик финансовой устойчивости кредитной компании, можно сделать вывод, что для описания данного понятия достаточно использовать термин ликвидности, который лежит в основе других характеристик.

Основная классификация факторов, влияющие на финансовую устойчивость подразумевает их разделение на внутренние и внешние факторы. Данная классификация представлена на рисунке 5.

Внешние факторы определяются воздействием внешней среды на компанию. Чаще всего, это экономические факторы, такие как инфляция, денежно-кредитная политика государства, уровень налоговой нагрузки на хозяйствующие субъекты, сальдо торгового баланса, государственные дотации и другие. Отличительной чертой данной группы факторов является неспособность компании оказывать какое-либо влияние на их действие.

Revised date: 25.07.2023

Accepted date: 10.08.2023

| Внешние факторы                                                                                                                                                                                                                               | Внутренние факторы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>•Платежеспособность потребителей</li> <li>•Налоговая и кредитная политика</li> <li>•Политическая и экономическая стабильность</li> <li>•Конкуренция</li> <li>•Уровень безработицы, инфляции</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Отраслевая принадлежность компании</li> <li>•Состав и структура выпускаемой продукции, оказываемых услуг</li> <li>•Размер оплаченного уставного капитала</li> <li>•Материальные, финансовые и трудовые ресурсы компании</li> <li>•Политика распределения и использования активов</li> </ul> |

Рисунок 5 – Внешние и внутренние факторы  
финансовой устойчивости  
(составлено авторами на материалах [1])

В отличие от внутренних факторов, внешние факторы поддаются влиянию со стороны компании, что способствует корректировке уровня финансовой устойчивости. К таким факторам можно отнести: нерациональную структуру капитала, неэффективную политику в отношении основных средств, капитальных вложений и запасов, нерентабельность бизнеса и другие. Для достижения стабильного уровня финансовой устойчивости компании необходимо проведения комплекса действий по уменьшению влияния внутренних факторов, а также наличие плана антикризисных мер в случае воздействия негативных внешних факторов. Однако следует учесть то, что в зависимости от сферы, в которой ведет свою деятельность компания факторы, влияющие на ее финансовую устойчивость, будут разные.

#### ВЫВОДЫ

В последнее время огромное внимание компаниями уделяется важным социальным и политическим факторам и систематическое их рассмотрение. Государственная политика должна учитываться на всех уровнях, а также уровень доверия к любому сектору экономики. Социальная и политическая стабильность, место страны на мировой арене, уровень доверия граждан к финансовой системе в целом, изменение тарифов из-за смены политических обстановки, нормативная база, в которой работают компании, – все это влияет на финансовую устойчивость и подлежит мониторингу и оперативному анализу для принятия конструктивных и эффективных мероприятий для ведения бизнеса.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абрамов, Н.С. Экономическая эффективность и конкурентоспособность: учебное пособие / Н.С. Абрамов. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2019. – С. 171.
2. Балабанов И. Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта / И. Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2018. – с. 81.
3. Бочаров В.В. Финансовый анализ [Текст] : краткий курс / В.В. Бочаров. 2-е изд. СПб.: Питер, 2019. С. 95.
4. Грачёв А.В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия: учебно-практическое пособие. М.: Дело и Сервис, 2020. 400 с.
5. Гиляровская Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 080105 «Финансы и кредит» / Гиляровская Л.Т., Ендовицкая А.В.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. — 159 с.
6. Лаврушин О.И. Банковские риски: учебник / О.И. Лаврушина, Н.И. Валенцовой – М.: КНОРУС, 2020. – 292 с.
7. Мурати А.И. Оценка и обеспечение устойчивости банков на основе контрольных параметров их деятельности: дис. канд. экон. наук / А.И. Мурати – Санкт-Петербург, 2021. – 23 с.
8. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности : учебник / Савицкая Г.В.. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 373 с.
9. Сеговиано М.А. и Гудхарт К. Меры банковской стабильности. Рабочий документ МВФ № 09, 2019. С. 1-54.
10. Управление системными банковскими кризисами / группа со-трудников под руководством Дэвида С. Хельшера и Марка Куинтина – Округ Вашингтон, 2019. – С. 112
11. Фетисов Г.Г. Устойчивость коммерческого банка и рейтинговые системы её оценки: монография / Г. Г. Фетисов. - Москва: Финансы и статистика, 2022. - 188 с.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов  
The authors declare no conflicts of interests

Received date: 10.07.2023

## ТРЕБОВАНИЯ (краткие) К ПУБЛИКАЦИЯМ В ЖУРНАЛЕ:

### СТРУКТУРНЫЕ ПАРАМЕТРЫ:

*Статьи должны иметь элементы, отвечающие следующим параметрам:*

**1. Метаданные статьи** на русском и английском языках (научная специальность, УДК, DOI, название статьи, знак копирайта (авторского права), научные индикаторы автора, ФИО автора полностью, должность, организация, адрес организации, личная электронная почта, аннотация и ключевые слова) – не проверяются на антиплагиат.

### 2. Тело статьи:

#### ВВЕДЕНИЕ

– *Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами* (кратко описывается проблема исследования и значение ее решения)

– *Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.*

(указаны общие тенденции в том, что уже было опубликовано, указано на отдельную проблему или на перспективу развития по данной тематике)

– *Обосновывается актуальность исследования.*

(подтверждена актуальность исследования, указано практическое значение статьи и ее вклад в науку)

#### МЕТОДОЛОГИЯ

– *Формирование целей статьи.*

(указывается цель статьи)

– *Используемые методы, методики и технологии.*

(а) описание методов, которые вы применяли конкретно для статьи, если теоретическая статья, то выбрать один метод и описать его методологию, теорию, историю, конкретно какие принципы этого метода применяли к данному исследованию, б) описание этапов эксперимента, в) описание участников эксперимента (возраст, пол, вузы и какие площадки были охвачены)

#### РЕЗУЛЬТАТЫ

– *Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.*

(а) раскрыто новшество статьи, описаны авторские наблюдения и результаты, б) представленные результаты соответствуют заявленным целям и задачам статьи, в) описана идея, концепция, методика, которая нашла применение (конкретика), г) представлены результаты в виде таблиц и рисунков - названия таблиц и рисунков отвечают содержанию таблиц и рисунков)

#### ОБСУЖДЕНИЕ

– *Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях.*

(а) сравнили различные методы, сравнили результаты исследования с аналогичными в других статьях, б) написали о различиях или сходстве (или и о различиях, и о сходстве), в) сделали разбор и разъяснение результатов, г) сделали обобщение и оценку результатов, сделали оценку достоверности полученных результатов, д) определили место полученных в ходе исследования результатов в структуре известных знаний)

#### ВЫВОДЫ

– *Выводы исследования.*

(подводится итог статьи, указываются результаты, к которым пришли в результате проведенного исследования)

– *Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении.*

(указываются направления, по которым необходимо провести дальнейшие исследования)

### 3. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (не проверяется на антиплагиат).

(в списке литературы 10 источников за последние 5 лет (в 2021 году - это статьи 2016-2020 годов) и в списке литературы 10 иностранных источников)

#### *Технические параметры:*

Названия файла:

•Фамилия\_направление\_город (например: Иваненко\_право\_Киев, Романов\_психология\_Анадырь и т.д.)

**Стандарты:** шрифт Times New Roman, кегль – 10, междустрочечный интервал – 1, абзацный отступ – 0,5 см (*это сделано для того, чтобы автор точно знал сколько страниц текста у него будут в журнале*), все поля – 2 см, литература – В ПОРЯДКЕ ПОЯВЛЕНИЯ В ТЕКСТЕ (желательно не менее 20 наименований), редактор Word, тип файла – документ Word 97-2003 (ОБЯЗАТЕЛЬНО).

Ключевые слова (три строчки) и аннотация (не менее 150-200 слов) на русском и английском.

Неразрывные пробелы между цифрами, инициалами и фамилией.

Не путать тире (–) и дефис (-).

Формулы оформляются через редактор формул «MathType» или «Microsoft Equation», размер символов - 10 (обязательно), длина формул не должна превышать 80 мм (обязательно), латинские символы набираются курсивом, греческие – прямым шрифтом, КИРИЛЛИЦА НЕ ДОПУСКАЕТСЯ).

Рисунки, выполненные векторной графикой, должны быть помещены одним объектом или сгруппированы. Сканированные рисунки исполнять с раздельной возможностью не менее 300 dpi.

#### **Справочная информация:**

1. Для определения УДК можно использовать следующие ссылки:

А) <http://teacode.com/online/udc/>

Б) <http://www.naukapro.ru/metod.htm>

2. Для перевода на английский или другие языки можно использовать следующие ссылки:

А) <http://translate.yandex.ru/> (переводит отчества и ученые степени)

Б) <http://translate.google.com/>

*Статью обязательно дать на вычитку соответствующим филологам*

3. Для проверки статьи на антиплагиат (проверка обязательна) ссылка:

А) <http://www.antiplagiat.ru/index.aspx> (результаты хранятся у автора и высылаются по запросу редколлегии)

ЕСЛИ ВОЗНИКАЮТ ВОПРОСЫ: СМОТРИТЕ ОБРАЗЕЦ!

***Материалы подаются в редакцию:***

до 1 марта (мартовский номер) – если квота выбрана раньше – статья переносится в следующий номер  
до 1 июня (июньский номер) – если квота выбрана раньше – статья переносится в следующий номер  
до 1 сентября (сентябрьский номер) – если квота выбрана раньше – статья переносится в следующий номер  
до 1 декабря (декабрьский номер) – если квота выбрана раньше – статья переносится в следующий номер  
Статьи в обязательном порядке размещаются в системе РИНЦ - российского индекса научного цитирования (elibrary, ссылка: <http://elibrary.ru/titles.asp>) и на сайте журналов.

***Размещение статей в журнале бесплатное.***

**Статью высылать по адресу** (обязательно указывайте научное направление):  
[centrtpa@yandex.ru](mailto:centrtpa@yandex.ru)