

**Электронный периодический  
рецензируемый  
научный журнал**

**«SCI-ARTICLE.RU»**

<http://sci-article.ru>

**№125 (январь) 2024**

**СОДЕРЖАНИЕ**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>РЕДКОЛЛЕГИЯ.....</b>   | <b>3</b>  |
| <b><i>ВЕРЕМЕЙЧИК АННА ИГОРЕВНА. ОЦЕНКА УРОВНЯ КОНКУРЕНЦИИ В<br/>БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....</i></b>   | <b>11</b> |
| <b><i>КСЕНZOVA ДАРЬЯ ИГОРЕВНА. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ<br/>БЕЛАРУСЬ В СЕГМЕНТЕ КОРПОРАТИВНОГО БИЗНЕСА.....</i></b>                                  | <b>19</b> |
| <b><i>ХАМАГАНОВ ДАНИЛА АНДРЕЕВИЧ. ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИИ НА<br/>ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС.....</i></b>  | <b>24</b> |
| <b><i>АЛЕКПЕРОВ РАМИЗ АЛЕКПЕР. БИОМОРФОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И<br/>ПОЛЕЗНЫЕ СВОЙСТВА АЛОЭ (ALOE VERA (L.) BURM. F.).....</i></b>                              | <b>28</b> |
| <b><i>АФОНИН ДМИТРИЙ ВАЛЕРЬЕВИЧ. АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПЛАТНЫХ<br/>СКОРОСТНЫХ ДОРОГ В РОССИИ.....</i></b>   | <b>32</b> |
| <b><i>ЖЕДИК ЛИЛИЯ ДМИТРИЕВНА. РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В<br/>РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....</i></b>  | <b>38</b> |
| <b><i>ЗНОВЕЦ ЕЛЕНА ЮРЬЕВНА. ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ КАК ОБЪЕКТ<br/>УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НА МАТЕРИАЛАХ ОАО «КОММУНАРКА».....</i></b>                           | <b>42</b> |
| <b><i>ШМАКОВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА. ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ НА<br/>ПОПУЛЯРИЗАЦИЮ СПОРТА В РОССИИ.....</i></b>  | <b>48</b> |
| <b><i>ПАВЛЕНКО СЕРГЕЙ АЛЕКСЕЕВИЧ. ОБ ОДНОМ СПОСОБЕ СОСТАВЛЕНИЯ<br/>ДОЛЖНОСТНЫХ ИНСТРУКЦИЙ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА В<br/>ДИДЖИТАЛ АГЕНТСТВЕ.....</i></b> | <b>54</b> |
| <b><i>ПЕТРЕНКО ИРИНА ДМИТРИЕВНА. ЦИФРОВИЗАЦИЯ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ<br/>КАЗАХСТАНА.....</i></b>  | <b>68</b> |

## Редколлегия

**Агакишиева Тахмина Сулейман кызы.** Доктор философии, научный сотрудник Института Философии, Социологии и Права при Национальной Академии Наук Азербайджана, г.Баку.

**Агманова Атиркуль Егембердиевна.** Доктор филологических наук, профессор кафедры теоретической и прикладной лингвистики Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева (Республика Казахстан, г. Астана).

**Азизова Насиба Бахритдиновна.** Доктор философии по философским наукам, доцент, декан факультета Международных образовательных программ, Каршинский государственный университет (Узбекистан).

**Александрова Елена Геннадьевна.** Доктор филологических наук, преподаватель-методист Омского учебного центра ФПС.

**Ахмедова Разият Абдуллаевна.** Доктор филологических наук, профессор кафедры литературы народов Дагестана Дагестанского государственного университета.

**Барабанов Родион Евгеньевич.** Доктор философии психологии (PhD), доцент, с.н.с., преподаватель кафедры психологии и педагогики МАСИ, руководитель Лаборатории экопсихологии ИПИИЮ.

**Беззубко Лариса Владимировна.** Доктор наук по государственному управлению, кандидат экономических наук, профессор, Донбасская национальная академия строительства и архитектуры.

**Бежанидзе Ирина Зурабовна.** Доктор химических наук, профессор департамента химии Батумского Государственного университета им. Шота Руставели.

**Бублик Николай Александрович.** Доктор сельскохозяйственных наук, профессор, Институт садоводства Национальной академии аграрных наук Украины, г. Киев.

**Галкин Александр Федорович.** Доктор технических наук, старший научный сотрудник, профессор Национального минерально-сырьевого университета "Горный", г. Санкт-Петербург.

**Гафурова Дилфуза Анваровна.** Доктор химических наук, доцент, заведующая кафедрой, Национальный Университет Узбекистана.

**Головина Татьяна Александровна.** Доктор экономических наук, доцент кафедры "Экономика и менеджмент", ФГБОУ ВПО "Государственный университет - учебно-научно-производственный комплекс" г. Орел. Россия.

**Громов Владимир Геннадьевич.** Доктор юридических наук, профессор кафедры уголовного, экологического права и криминологии ФГБОУ ВО "Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского".

**Грошева Надежда Борисовна.** Доктор экономических наук, доцент, декан САФ БМБШ ИГУ.

**Дегтярь Андрей Олегович.** Доктор наук по государственному управлению, кандидат экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента и администрирования Харьковской государственной академии культуры.

**Еавстропов Владимир Михайлович.** Доктор медицинских наук, профессор кафедры безопасности технологических процессов и производств, Донской государственной технической университет.

**Жолдубаева Ажар Куанышбековна.** Доктор философских наук, профессор кафедры религиоведения и культурологии факультета философии и политологии Казахского Национального Университета имени аль-Фараби (Казахстан, Алматы).

**Жураев Даврон Аслонкулович.** Доктор философии по физико-математическим наукам, доцент, Высшее военное авиационное училище республики Узбекистан.

**Зейналов Гусейн Гардаш оглы.** Доктор философских наук, профессор кафедры философии ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный педагогический институт имени М.Е. Евсевьева».

**Зинченко Виктор Викторович.** Доктор философских наук, профессор, главный научный сотрудник Института высшего образования Национальной академии педагогических наук Украины; профессор Института общества Киевского университета имени Б. Гринченко; профессор, заведующий кафедрой менеджмента Украинского гуманитарного института; руководитель Международной лаборатории образовательных технологий Центра гуманитарного образования Национальной академии наук Украины. Действительный член The Philosophical Pedagogy Association. Действительный член Towarzystwa Pedagogiki Filozoficznej im. Bronisława F.Trentowskiego.

**Идиатуллоев Азат Корбангалиевич.** Доктор исторических наук, профессор кафедры географии и экологии ФГБОУ ВО "УлГПУ им. И.Н. Ульянова".

**Калягин Алексей Николаевич.** Доктор медицинских наук, профессор. Заведующий кафедрой пропедевтики внутренних болезней ГБОУ ВПО "Иркутский государственный медицинский университет" Минздрава России, действительный член Академии энциклопедических наук, член-корреспондент Российской академии естествознания, Академии информатизации образования, Балтийской педагогической академии.

**Ковалева Светлана Викторовна.** Доктор философских наук, профессор кафедры истории и философии Костромского государственного технологического университета.

**Коваленко Елена Михайловна.** Доктор философских наук, профессор кафедры перевода и ИТЛ, Южный федеральный университет.

**Колесникова Галина Ивановна.** Доктор философских наук, доцент, член-корреспондент Российской академии естествознания, заслуженный деятель науки и образования, профессор кафедры Гуманитарных дисциплин Таганрожского института управления и экономики.

**Колесников Анатолий Сергеевич.** Доктор философских наук, профессор Института философии СПбГУ.

**Король Дмитрий Михайлович.** Доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой пропедевтики ортопедической стоматологии ВДНЗУ "Украинская медицинская стоматологическая академия".

**Кузьменко Игорь Николаевич.** Доктор философии в области математики и психологии. Генеральный директор ООО "РОСПРОРЫВ".

**Кучуков Магомед Мусаевич.** Доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой истории, философии и права Кабардино-Балкарского государственного аграрного университета им.В.М. Кокова.

**Лаврентьев Владимир Владимирович.** Доктор технических наук, доцент, академик РАЕ, МАНОИ, АПСН. Директор, заведующий кафедрой Горячеключевского филиала НОУ ВПО Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы.

**Лакота Елена Александровна.** Доктор сельскохозяйственных наук, ведущий научный сотрудник ФГБНУ "НИИСХ Юго-Востока", г. Саратов.

**Ланин Борис Александрович.** Доктор филологических наук, профессор, заведующий лабораторией ИСМО РАО.

**Лахтин Юрий Владимирович.** Доктор медицинских наук, доцент кафедры стоматологии и терапевтической стоматологии Харьковской медицинской академии последипломного образования.

**Лобанов Игорь Евгеньевич.** Доктор технических наук, ведущий научный сотрудник, Московский авиационный институт.

**Лучинкина Анжелика Ильинична.** Доктор психологических наук, зав. кафедрой психологии Республиканского высшего учебного заведения "Крымский инженерно-педагогический университет".

**Луценко Евгений Вениаминович.** Доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор кафедры компьютерных технологий и систем ФГБОУ ВО "Кубанский ГАУ им.И.Т.Трубилина", г. Краснодар.

**Манцава Майя Михайловна.** Доктор медицинских наук, профессор, президент Международного Общества Реологов.

**Марков Андрей Кириллович.** Доктор экономических наук, ВНИИ фитопатологии, руководитель направления.

**Маслихин Александр Витальевич.** Доктор философских наук, профессор. Правительство Республики Марий Эл.

**Мирзаев Номаз Мирзаевич.** Доктор технических наук, ведущий научный сотрудник Научно-инновационного центра информационно-коммуникационных технологий (НИЦ ИКТ) при Ташкентском университете информационных технологий им. Мухаммада Аль-Хоразми.

**Можаев Евгений Евгеньевич.** Доктор экономических наук, профессор, директор по научным и образовательным программам Национального агентства по энергосбережению и возобновляемым источникам энергии.

**Моторина Валентина Григорьевна.** Доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой математики Харьковского национального педагогического университета им. Г.С. Сковороды.

**Набиев Алпаша Алибек.** Доктор наук по геоинформатике, старший преподаватель, географический факультет, кафедра физической географии, Бакинский государственный университет.

**Надькин Тимофей Дмитриевич.** Профессор кафедры отечественной истории и этнологии ФГБОУ ВПО "Мордовский государственный педагогический институт имени М. Е. Евсевьева", доктор исторических наук, доцент (Республика Мордовия, г. Саранск).

**Наумов Владимир Аркадьевич.** Заведующий кафедрой водных ресурсов и водопользования Калининградского государственного технического университета, доктор технических наук, профессор, кандидат физико-математических наук, член Российской инженерной академии, Российской академии естественных наук.

**Орехов Владимир Иванович.** Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики инноваций ООО "Центр помощи профессиональным организациям".

**Ощепкова Юлия Игоревна.** Доктор химических наук, заведующий лаборатории ХБиП Института биорганической химии АН РУз.

**Пащенко Владимир Филимонович.** Доктор технических наук, профессор, кафедра "Оптимізація технологічних систем імені Т.П. Євсюкова", ХНТУСГ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕХАНОТРОНІКИ І СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ.

**Пелецкис Кястутис Чесловович.** Доктор социальных наук, профессор экономики Вильнюсского технического университета им. Гедиминаса.

**Петров Владислав Олегович.** Доктор искусствоведения, доцент ВАК, доцент кафедры теории и истории музыки Астраханской государственной консерватории, член-корреспондент РАЕ.

**Походенько-Чудакова Ирина Олеговна.** Доктор медицинских наук, профессор. Заведующий кафедрой хирургической стоматологии УО «Белорусский государственный медицинский университет».

**Предеус Наталия Владимировна.** Доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры Саратовского социально-экономического института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова.

**Пятаева Ольга Алексеевна.** Доктор экономических наук, доцент, заместитель директора Центра коммерциализации разработок и трансфера технологий, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».

**Розыходжаева Гульнора Ахмедовна.** Доктор медицинских наук, руководитель клиничко-диагностического отдела Центральной клинической больницы №1 Медико-санитарного объединения; доцент кафедры ультразвуковой диагностики Ташкентского института повышения квалификации врачей; член Европейской ассоциации кардиоваскулярной профилактики и реабилитации (EACPR), Европейского общества радиологии (ESR), член Европейского общества атеросклероза (EAS), член рабочих групп атеросклероза и сосудистой биологии („Atherosclerosis and Vascular Biology“), периферического кровообращения („Peripheral Circulation“), электронной кардиологии (e-cardiology) и сердечной недостаточности Европейского общества радиологии (ESC), Ассоциации «Российский доплеровский клуб», Deutsche HerzStiftung.

**Сорокопудов Владимир Николаевич.** Доктор сельскохозяйственных наук, профессор. ФГАОУ ВПО "Белгородский государственный национальный исследовательский университет".

**Супрун Элина Владиславовна.** Доктор медицинских наук, профессор кафедры общей фармации и безопасности лекарств Национального фармацевтического университета, г.Харьков, Украина.

**Терецкий Владислав Иванович.** Доктор юридических наук, профессор кафедры гражданского права и процесса Харьковского национального университета внутренних дел.

**Трошин Александр Сергеевич.** Доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и внешнеэкономической деятельности, ФГБОУ ВО "Белгородский государственный технологический университет имени В.Г. Шухова".

**Феофанов Александр Николаевич.** Доктор технических наук, профессор, ФГБОУ ВПО МГТУ "СТАНКИН".

**Хамраева Сайёра Насимовна.** Доктор экономических наук, доцент кафедры экономика, Каршинский инженерно-экономический институт, Узбекистан.

**Худойкулов Тулкин Дуствобоевич.** Доктор исторических наук, проректор по учебным делам, Шахрисабзский Государственный Педагогический Институт (Узбекистан).

**Чернова Ольга Анатольевна.** Доктор экономических наук, зав.кафедрой финансов и бухучета Южного федерального университета (филиал в г.Новошахтинске).

**Шедько Юрий Николаевич.** Доктор экономических наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

**Шелухин Николай Леонидович .** Доктор юридических наук, профессор, заведующий кафедрой права и публичного администрирования Мариупольского государственного университета, г. Мариуполь, Украина.

**Шихнебиев Даир Абдулкеримович.** Доктор медицинских наук, профессор кафедры госпитальной терапии №3 ГБОУ ВПО "Дагестанская государственная медицинская академия".

**Эшкурбонов Фуркат Бозорович.** Доктор химических наук, заведующий кафедрой Промышленных технологий Термезского государственного университета (Узбекистан).

**Яковенко Наталия Владимировна.** Доктор географических наук, профессор, профессор кафедры социально-экономической географии и регионоведения ФГБОУ ВПО "ВГУ".

**Абдуллаев Ахмед Маллаевич.** Кандидат физико-математических наук, профессор Ташкентского университета информационных технологий.

**Акпамбетова Камшат Макпалбаевна.** Кандидат географических наук, доцент Карагандинского государственного университета (Республика Казахстан).

**Ашмаров Игорь Анатольевич.** Кандидат экономических наук, доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, Воронежский государственный институт искусств, профессор РАЕ.

**Ашрапов Улугбек Товфикович.** Кандидат технических наук, старший научный сотрудник Института ядерной физики Академии наук Республики Узбекистан.

**Бай Татьяна Владимировна.** Кандидат педагогических наук, доцент ФГБОУ ВПО "Южно-Уральский государственный университет" (национальный исследовательский университет).

**Бектурова Жанат Базарбаевна.** Кандидат филологических наук, доцент Евразийского национального университета им. Л. Н. Гумилева (Республика Казахстан, г.Астана).

**Беляева Наталия Владимировна.** Кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, литературы и методики преподавания Школы педагогики Дальневосточного федерального университета.

**Бозоров Бахритдин Махаммадиевич.** Кандидат биологических наук, доцент, зав.кафедрой "Физиология, генетика и биохимии" Самаркандского государственного университета Узбекистан.

**Бойко Наталья Николаевна.** Кандидат юридических наук, доцент. Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВПО "БашГУ".

**Боровой Евгений Михайлович.** Кандидат философских наук, доцент, Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики (г. Новосибирск).

**Васильев Денис Владимирович.** Кандидат биологических наук, профессор, ФГБНУ Всероссийский научно-исследовательский институт радиологии и агроэкологии (г. Обнинск).

**Вицентий Александр Владимирович.** Кандидат технических наук, научный сотрудник, доцент кафедры информационных систем и технологий, Институт информатики и математического моделирования технологических процессов Кольского НЦ РАН, Кольский филиал ПетрГУ.

**Гайдученко Юрий Сергеевич.** Кандидат ветеринарных наук, доцент кафедры анатомии, гистологии, физиологии и патологической анатомии ФГБОУ ВПО "Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина".

**Гресь Сергей Михайлович.** Кандидат исторических наук, доцент, Учреждение образования "Гродненский государственный медицинский университет", Республика Беларусь.

**Джумагалиева Куляш Валитхановна.** Кандидат исторических наук, доцент Казахской инженерно-технической академии, г.Астана, профессор Российской академии естествознания.

**Егорова Олеся Ивановна.** Кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры теории и практики перевода Сумского государственного университета (г. Сумы, Украина).

**Ермакова Елена Владимировна.** Кандидат педагогических наук, доцент, Ишимский государственный педагогический институт.

**Жерновникова Оксана Анатольевна.** Кандидат педагогических наук, доцент, Харьковский национальный педагогический университет имени Г.С. Сковороды.

**Жохова Елена Владимировна.** Кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры фармакогнозии Государственного Бюджетного Образовательного Учреждения Высшего Профессионального Образования "Санкт-Петербургская государственная химико-фармацевтическая академия".

**Закирова Оксана Вячеславовна.** Кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и контрастивного языкознания Елабужского института Казанского (Приволжского) федерального университета.

**Ивашина Татьяна Михайловна.** Кандидат филологических наук, доцент кафедры германской филологии Киевского Международного университета (Киев, Украина).

**Искендерова Сабира Джафар кызы.** Кандидат философских наук, старший научный сотрудник Национальной Академии Наук Азербайджана, г. Баку. Институт Философии, Социологии и Права.

**Карякин Дмитрий Владимирович.** Кандидат технических наук, специальность 05.12.13 - системы, сети и устройства телекоммуникаций. Старший системный инженер компании Juniper Networks.

**Катков Юрий Николаевич.** Кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

**Кебалова Любовь Александровна.** Кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры геоэкологии и устойчивого развития Северо-Осетинского государственного университета имени К.Л. Хетагурова (Владикавказ).

**Климук Владимир Владимирович.** Кандидат экономических наук, ассоциированный профессор Региональной Академии менеджмента. Начальник учебно-методического отдела, доцент кафедры экономики и организации производства, Учреждение образования "Барановичский государственный университет".

**Кобланов Жоламан Таубаевич.** Ассоциированный профессор, кандидат филологических наук. Профессор кафедры казахского языка и литературы Каспийского государственного университета технологии и инжиниринга имени Шахмардана Есенова.

**Ковбан Андрей Владимирович.** Кандидат юридических наук, доцент кафедры административного и уголовного права, Одесская национальная морская академия, Украина.

**Кольцова Ирина Владимировна.** Кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры психологии, ГБОУ ВО "Ставропольский государственный педагогический институт" (г. Ставрополь).

**Короткова Надежда Владимировна.** Кандидат педагогических наук, доцент кафедры русского языка ФГБОУ ВПО "Липецкий государственный педагогический институт".

**Кузнецова Ирина Павловна.** Кандидат социологических наук. Докторант Санкт-Петербургского Университета, социологического факультета, член Российского общества социологов - РОС, член Европейской Социологической Ассоциации -ESA.

**Кузьмина Татьяна Ивановна.** Кандидат психологических наук, доцент кафедры общей психологии ГБОУ ВПО "Московский городской психолого-педагогический университет", доцент кафедры специальной психологии и коррекционной педагогики НОУ ВПО "Московский психолого-социальный университет", член Международного общества по изучению развития поведения (ISSBD).

**Левкин Григорий Григорьевич.** Кандидат ветеринарных наук, доцент ФГБОУ ВПО "Омский государственный университет путей сообщения".

**Лушников Александр Александрович.** Кандидат исторических наук, член Международной Ассоциации славянских, восточноевропейских и евразийских исследований. Место работы: Центр технологического обучения г.Пензы, методист.

**Мелкадзе Нанули Самсоновна.** Кандидат филологических наук, доцент, преподаватель департамента славистики Кутаисского государственного университета.

**Назарова Ольга Петровна.** Кандидат технических наук, доцент кафедры Высшей математики и физики Таврического государственного агротехнологического университета (г. Мелитополь, Украина).

**Назмутдинов Ризабек Агзамович.** Кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии, Костанайский государственный педагогический институт.

**Насимов Мурат Орленбаевич.** Кандидат политических наук. Проректор по воспитательной работе и международным связям университета "Болашак".

**Непомнящая Наталья Васильевна.** Кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и статистики, Сибирский федеральный университет.

**Олейник Татьяна Алексеевна.** Кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры ИТ Харьковского национального педагогического университета имени Г.С.Сковороды.

**Орехова Татьяна Романовна.** Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой управления инновациями в реальном секторе экономики ООО "Центр помощи профессиональным организациям".

**Остапенко Ольга Валериевна.** Кандидат медицинских наук, старший преподаватель кафедры гистологии и эмбриологии Национального медицинского университета имени А.А. Богомольца (Киев, Украина).

**Поляков Евгений Михайлович.** Кандидат политических наук, преподаватель кафедры социологии и политологии ВГУ (Воронеж); Научный сотрудник (стажер-исследователь) Института перспективных гуманитарных исследований и технологий при МГУ (Москва).

**Попова Юлия Михайловна.** Кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики и маркетинга Полтавского национального технического университета им. Ю. Кондратюка.

**Рамазанов Сайгим Манапович.** Кандидат экономических наук, профессор, главный эксперт ОАО «РусГидро», ведущий научный сотрудник, член-корреспондент Российской академии естественных наук.

**Рибцун Юлия Валентиновна.** Кандидат педагогических наук, старший научный сотрудник лаборатории логопедии Института специальной педагогики Национальной академии педагогических наук Украины.

**Сазонов Сергей Юрьевич.** Кандидат технических наук, доцент кафедры Информационных систем и технологий ФГБОУ ВПО "Юго-Западный государственный университет".

**Саметова Фаузия Толеушайховна.** Кандидат филологических наук, профессор, проректор по воспитательной работе Академии Кайнар (Республика Казахстан, город Алматы).

**Сафронов Николай Степанович.** Кандидат экономических наук, действительный член РАЕН, заместитель Председателя отделения "Ресурсосбережение и возобновляемая энергетика". Генеральный директор Национального агентства по энергосбережению и возобновляемым источникам энергии, заместитель Председателя Подкомитета по энергоэффективности и возобновляемой энергетике Комитета по энергетической политике и энергоэффективности Российского союза промышленников и предпринимателей, сопредседатель Международной конфедерации неправительственных организаций с области ресурсосбережения, возобновляемой энергетике и устойчивого развития, ведущий научный сотрудник.

**Середа Евгения Витальевна.** Кандидат филологических наук, старший преподаватель Военной Академии МО РФ.

**Слизкова Елена Владимировна.** Кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной педагогики и педагогики детства ФГБОУ ВПО "Ишимский государственный педагогический институт им. П.П. Ершова".

**Смирнова Юлия Георгиевна.** Кандидат педагогических наук, ассоциированный профессор (доцент) Алматинского университета энергетики и связи.

**Франчук Татьяна Иосифовна.** Кандидат педагогических наук, доцент, Каменец-Подольский национальный университет имени Ивана Огиенка.

**Церцвадзе Мзия Гилаевна.** Кандидат филологических наук, профессор, Государственный университет им. А. Церетели (Грузия, Кутаиси).

**Чернышова Эльвира Петровна.** Кандидат философских наук, доцент кафедры искусствovedения и педагогики искусства института художественного образования, ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена», г. Санкт-Петербург.

**Шамутдинов Айдар Харисович.** Кандидат технических наук, доцент кафедры Омского автобронетанкового инженерного института.

**Шангина Елена Игоревна.** Кандидат технических наук, доктор педагогических наук, профессор, Зав. кафедрой Уральского государственного горного университета.

**Шапауов Алиби Кабыкенович.** Кандидат филологических наук, профессор. Казахстан. г.Кокшетау. Кокшетауский государственный университет имени Ш. Уалиханова.

**Шаргородская Наталья Леонидовна.** Кандидат наук по госуправлению, помощник заместителя председателя Одесского областного совета.

**Шафиров Валерий Геннадьевич.** Кандидат юридических наук, профессор кафедры Аграрных отношений и кадрового обеспечения АПК, Врио ректора ФГБОУ ДПО «Российская академия кадрового обеспечения агропромышленного комплекса».

**Шошин Сергей Владимирович.** Кандидат юридических наук, доцент кафедры уголовного, экологического права и криминологии юридического факультета Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского».

**Яковлев Владимир Вячеславович.** Кандидат педагогических наук, профессор Российской Академии Естествознания, почетный доктор наук (DOCTOR OF SCIENCE, HONORIS CAUSA).

# ЭКОНОМИКА

## ОЦЕНКА УРОВНЯ КОНКУРЕНЦИИ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Веремейчик Анна Игоревна*

Полесский Государственный университет  
студент

*Кукса Оксана Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры  
банкинга и финансовых рынков, Полесский государственный университет*

**Ключевые слова:** конкуренция; банковский сектор; банк; конкурентная среда

**Keywords:** competition; banking sector; bank; competitive environment

**Аннотация:** В данной статье рассчитывается индекс Херфиндаля-Хиршмана, для построения рейтинга конкурентных позиций банков.

**Abstract:** In this article, the Herfindahl-Hirschman index is calculated to build a rating of competitive positions of banks.

**УДК 336.71**

**Введение:** На сегодняшний день ключевым механизмом, определяющим эффективность функционирования коммерческого банка, является его прибыль. Её размер напрямую зависит от уровня конкуренции на рынке банковских услуг, а также позиций, занимаемых банком. Достижение конкурентоспособности – основная стратегическая цель каждого банка.

**Актуальность темы** обусловлена уровнем развития рыночных отношений в Республике Беларусь, борьбой за лидерство на рынке и внимание потребителя, за качество производимой продукции, предоставляемых услуг и получением максимальной прибыли. Для того, чтобы обеспечить выживаемость банка в современных условиях, прежде всего, необходимо уметь оценивать и анализировать финансовое состояние банков-конкурентов.

**Целью исследования** является оценка конкурентных позиций.

**Научная новизна** заключается в анализе его влияния на различные сферы жизни общества и поиске эффективных способов борьбы с ним с учетом институциональных особенностей различных стран.

Одним из важнейших направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь является поступательное развитие банковского сектора и повышение устойчивости его функционирования.

На сегодняшний день в Республике Беларусь насчитывается 21 банк. За 2020-2022 гг. количество банков изменялось. Так в 2022 году их количество снизилось на 1 банк.

Национальным банком Республики Беларусь с целью ограничения рисков банков, небанковских кредитно-финансовых организаций, способных повлиять на устойчивость функционирования банковской системы, определен перечень системно значимых банков на 2024 год.

#### **Группа значимости I:**

- ОАО "Сберегательный банк "Беларусбанк"
- ОАО "Белагропромбанк"
- "Приорбанк" ОАО
- ЗАО "Альфа-Банк"
- ОАО "Сбер Банк"

#### **Группа значимости II:**

- ОАО "Белвнешэкономбанк"
- совместное белорусско-российское ОАО "Белгазпромбанк"
- ОАО "Белорусский банк развития и реконструкции "Белинвестбанк"
- ЗАО "МТБанк"
- ЗАО "Банк ВТБ (Беларусь)"
- ОАО "Белорусский народный банк"

#### **Вне групп значимости I и II:**

- ОАО "Банк Дабрабыт"
- ЗАО "Банк торговый капитал" ("ТК Банк")
- ОАО "Технобанк">
- ЗАО "Белорусско-Швейцарский Банк "БСБ Банк"
- ЗАО "Банк роста и развития бизнеса" ("РРБ-Банк")
- ЗАО "Банк Решение"
- ЗАО "БТА Банк"
- ОАО "СтатусБанк"
- ЗАО "Цептер Банк"
- ОАО "Паритетбанк" [1].

По сравнению с 2022 годом отметим следующие изменения: ОАО "Белвнешэкономбанк" из первой группы перенесен во вторую. А ОАО "Банк Дабрабыт", который ранее был отнесен ко второй группе системной значимости, потерял этот статус.

Кроме того, НКФО также вводят конкуренцию в сфере предоставления финансовых услуг и усиливают конкуренцию в отрасли финансовых услуг, по состоянию на 2023 в Республике Беларусь действуют следующие НКФО:

- ОАО "НКФО "Белинкасгруп"
- ОАО "НКФО "ЕРИП"
- ЗАО "НКФО "ИНКАСС.ЭКСПЕРТ"

Определение банков как системно значимых основано на агрегированной оценке их системной значимости по таким показателям, как масштаб деятельности банка, его связи с другими банками, важность для экономики и взаимосвязанность с нерезидентами.

В теории конкуренции и в практике антимонопольного регулирования в странах с развитой рыночной экономикой основными показателями для оценки уровня рыночного доминирования и монополизации являются коэффициент Херфиндаля-Хиршмана (HHI) и коэффициент рыночной концентрации CR (Concentration Ratio).

В соответствии с различными значениями коэффициентов концентрации CR и коэффициентов Херфиндаля-Хиршмана можно выделить три типа рынков по степени концентрации деловой активности в руках отдельных субъектов бизнеса (таблица 1):

**Таблица 1. Типы рынков по степени концентрации**

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| Высококонцентрированные рынки    | При $70\% < CR_3 < 100\%$<br>$1800 < HHI < 10000$ |
| Умеренно концентрированные рынки | При $45\% < CR_3 < 70\%$<br>$1000 < HHI < 1800$   |
| Низкоконцентрированные рынки     | При $CR_3 < 45\%$<br>$HHI < 1000$                 |

Примечание – Источник: [2]

В качестве более точного индикатора, принимающего во внимание рыночные доли всех участников, был предложен индекс Херфиндаля-Хиршмана, позволяющий оценить уровень монополизации рынка:

n

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad (1)$$

где  $S_i$  – рыночная доля i-го банка.

Рассчитаем индекс Херфиндаля - Хиршмана по формуле (1). Полный расчёт данного индекса представлен в таблицах 2,3,4.

**Таблица 2. Расчет индекса Херфиндаля – Хиршмана для банковской системы Республики Беларусь за 2020 год**

| Наименование банка      | Активы<br>(тыс. руб.) | Доля<br>активов | ННІ     | Собственный<br>капитал (тыс.<br>руб.) | Доля<br>капитала | ННІ     | Кредиты<br>(тыс. руб.) | Доля<br>кредита | ННІ     | Депозиты<br>(тыс. руб.) | Доля<br>депозита | ННІ     | Прибыль<br>(тыс.руб.) | Доля<br>прибыли | ННІ      |
|-------------------------|-----------------------|-----------------|---------|---------------------------------------|------------------|---------|------------------------|-----------------|---------|-------------------------|------------------|---------|-----------------------|-----------------|----------|
| ОАО "АСБ Беларусбанк"   | 30 190 102            | 40,17%          | 1613,38 | 4 218 294                             | 38,11%           | 1452,71 | 20 603 826             | 44,95%          | 2020,28 | 19 585 245              | 39,99%           | 1599,00 | 380 209               | 39,25%          | 1540,21  |
| ОАО "Беларгпромпанк"    | 10 823 690            | 14,40%          | 207,38  | 1 773 621                             | 16,03%           | 256,82  | 6 084 854              | 13,27%          | 176,20  | 6 369 680               | 13,01%           | 169,13  | 65 432                | 6,75%           | 45,62    |
| "Приорбанк" ОАО         | 4 612 312             | 6,14%           | 37,66   | 709 069                               | 6,41%            | 41,05   | 2 684 263              | 5,86%           | 34,29   | 3 563 135               | 7,27%            | 52,92   | 108 738               | 11,22%          | 125,98   |
| ОАО "Белинвестбанк"     | 4 427 114             | 5,89%           | 34,69   | 586 338                               | 5,30%            | 28,07   | 2 240 500              | 4,89%           | 23,89   | 3 218 676               | 6,57%            | 43,19   | 15 231                | 1,57%           | 2,47     |
| ОАО "БелВЭБ"            | 4 659 820             | 6,20%           | 38,44   | 580 815                               | 5,25%            | 27,54   | 3 002 322              | 6,55%           | 42,90   | 2 574 553               | 5,26%            | 27,63   | 30 813                | 3,18%           | 10,12    |
| ОАО "Сбер Банк"         | 4 894 471             | 6,51%           | 42,41   | 664 647                               | 6,01%            | 36,07   | 2 754 709              | 6,01%           | 36,11   | 2 978 461               | 6,08%            | 36,98   | 59 725                | 6,16%           | 38,01    |
| ЗАО "Альфа-Банк"        | 2 832 234             | 3,77%           | 14,20   | 390 432                               | 3,53%            | 12,44   | 1 636 584              | 3,57%           | 12,75   | 2 116 361               | 4,32%            | 18,67   | 113 217               | 11,69%          | 136,57   |
| ОАО "Белгазпромбанк"    | 4 973 323             | 6,62%           | 43,78   | 750 372                               | 6,78%            | 45,97   | 2 714 455              | 5,92%           | 35,07   | 3 105 413               | 6,34%            | 40,20   | 44 586                | 4,60%           | 21,18    |
| ЗАО Банк ВТБ (Беларусь) | 1 735 892             | 2,31%           | 5,33    | 257 970                               | 2,33%            | 5,43    | 987 141                | 2,15%           | 4,64    | 1 323 340               | 2,70%            | 7,30    | 39 480                | 4,08%           | 16,61    |
| ЗАО "МТБанк"            | 1 276 620             | 1,70%           | 2,88    | 226 989                               | 2,05%            | 4,21    | 884 137                | 1,93%           | 3,72    | 836 558                 | 1,71%            | 2,92    | 43 388                | 4,48%           | 20,06    |
| "Банк Дабрабыт" ОАО     | 1 255 567             | 1,67%           | 2,79    | 146 139                               | 1,32%            | 1,74    | 573 723                | 1,25%           | 1,57    | 934 839                 | 1,91%            | 3,64    | 27 946                | 2,88%           | 8,32     |
| ОАО "БНБ-Банк"          | 681 895               | 0,91%           | 0,82    | 82 305                                | 0,74%            | 0,55    | 405 862                | 0,89%           | 0,78    | 500 269                 | 1,02%            | 1,04    | 7 195                 | 0,74%           | 0,55     |
| ОАО "Технобанк"         | 577 073               | 0,77%           | 0,59    | 73 222                                | 0,66%            | 0,44    | 330 798                | 0,72%           | 0,52    | 458 329                 | 0,94%            | 0,88    | 10 654                | 1,10%           | 1,21     |
| ОАО "Паритетбанк"       | 482 092               | 0,64%           | 0,41    | 111 350                               | 1,01%            | 1,01    | 238 375                | 0,52%           | 0,27    | 300 593                 | 0,61%            | 0,38    | 1 151                 | 0,12%           | 0,01     |
| ЗАО "БСБ Банк"          | 332 143               | 0,44%           | 0,20    | 55 192                                | 0,50%            | 0,25    | 22 190                 | 0,05%           | 0,00    | 271 810                 | 0,55%            | 0,31    | 8 015                 | 0,83%           | 0,68     |
| ЗАО "РРБ-Банк"          | 315 507               | 0,42%           | 0,18    | 47 507                                | 0,43%            | 0,18    | 185 423                | 0,40%           | 0,16    | 236 161                 | 0,48%            | 0,23    | 232                   | 0,02%           | 0,00     |
| ЗАО "БТА Банк"          | 352 527               | 0,47%           | 0,22    | 48 539                                | 0,44%            | 0,19    | 204 181                | 0,45%           | 0,20    | 236 188                 | 0,48%            | 0,23    | 1 663                 | 0,17%           | 0,03     |
| ЗАО "Банк Решение"      | 217 863               | 0,29%           | 0,08    | 51 753                                | 0,47%            | 0,22    | 127 225                | 0,28%           | 0,08    | 145 077                 | 0,30%            | 0,09    | 1 585                 | 0,16%           | 0,03     |
| ЗАО "ТК Банк"           | 183 054               | 0,24%           | 0,06    | 183 054                               | 1,65%            | 2,74    | 2 939                  | 0,01%           | 0,00    | 3 552                   | 0,01%            | 0,00    | 6 452                 | 0,67%           | 0,44     |
| ЗАО "Цетпер Банк"       | 178 390               | 0,24%           | 0,06    | 45 865                                | 0,41%            | 0,17    | 87 590                 | 0,19%           | 0,04    | 129 528                 | 0,26%            | 0,07    | 38                    | 0,00%           | 0,00     |
| ОАО "СтатусБанк"        | 160 057               | 0,21%           | 0,05    | 63 988                                | 0,58%            | 0,33    | 68 598                 | 0,15%           | 0,02    | 90 727                  | 0,19%            | 0,03    | 3 045                 | 0,31%           | 0,10     |
| ВСЕГО                   | 75 161 746            | 100,00%         | 2046    | 11 067 461                            | 100,00%          | 1918,13 | 45 839 695             | 100,00%         | 2393,49 | 48 978 495              | 100,00%          | 2004,84 | 968 795               | 100,00%         | 10000,00 |

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4].

**Таблица 3. Расчет индекса Херфиндаля – Хиршмана для банковской системы Республики Беларусь за 2021 год**

| Наименование банка      | Активы<br>(тыс. руб.) | Доля<br>активов | ННІ     | Собственный<br>капитал (тыс.<br>руб.) | Доля<br>капитала | ННІ     | Кредиты<br>(тыс. руб.) | Доля<br>кредита | ННІ     | Депозиты<br>(тыс. руб.) | Доля<br>депозита | ННІ     | Прибыль<br>(тыс.руб.) | Доля<br>прибыли | ННІ      |
|-------------------------|-----------------------|-----------------|---------|---------------------------------------|------------------|---------|------------------------|-----------------|---------|-------------------------|------------------|---------|-----------------------|-----------------|----------|
| ОАО "АСБ Беларусбанк"   | 36 786 054            | 42,72%          | 1825,05 | 4 748 054                             | 39,24%           | 1540,14 | 27 314 417             | 48,66%          | 2367,78 | 21 100 656              | 39,77%           | 1581,76 | 385 096               | 30,36%          | 921,84   |
| ОАО "Беларгпромпанк"    | 12 641 104            | 14,68%          | 215,52  | 1 820 539                             | 15,05%           | 226,43  | 7 657 992              | 13,64%          | 186,12  | 7 730 678               | 14,57%           | 212,32  | 67 632                | 5,33%           | 28,43    |
| "Приорбанк" ОАО         | 5 283 621             | 6,14%           | 37,65   | 814 635                               | 6,73%            | 45,34   | 3 058 209              | 5,45%           | 29,68   | 4 164 095               | 7,85%            | 61,60   | 166 271               | 13,11%          | 171,85   |
| ОАО "Белинвестбанк"     | 4 926 633             | 5,72%           | 32,73   | 583 952                               | 4,83%            | 23,30   | 2 764 249              | 4,92%           | 24,25   | 3 837 459               | 7,23%            | 52,32   | 31 387                | 2,47%           | 6,12     |
| ОАО "БелВЭБ"            | 4 932 204             | 5,73%           | 32,81   | 605 991                               | 5,01%            | 25,09   | 3 116 721              | 5,55%           | 30,83   | 2 642 890               | 4,98%            | 24,81   | 44 325                | 3,49%           | 12,21    |
| ОАО "Сбер Банк"         | 5 043 160             | 5,86%           | 34,30   | 724 327                               | 5,99%            | 35,84   | 2 763 731              | 4,92%           | 24,24   | 2 824 581               | 5,32%            | 28,34   | 151 770               | 11,97%          | 143,18   |
| ЗАО "Альфа-Банк"        | 3 392 765             | 3,94%           | 15,52   | 511 422                               | 4,23%            | 17,87   | 2 113 648              | 3,77%           | 14,18   | 2 485 705               | 4,69%            | 21,95   | 163 040               | 12,85%          | 165,24   |
| ОАО "Белгазпромбанк"    | 4 103 304             | 4,77%           | 22,71   | 739 375                               | 6,11%            | 37,35   | 2 175 621              | 3,88%           | 15,02   | 2 032 503               | 3,83%            | 14,68   | 81 386                | 6,42%           | 41,17    |
| ЗАО Банк ВТБ (Беларусь) | 2 034 664             | 2,36%           | 5,58    | 297 415                               | 2,46%            | 6,04    | 1 120 699              | 2,00%           | 3,99    | 1 615 089               | 3,04%            | 9,27    | 39 480                | 3,11%           | 9,69     |
| ЗАО "МТБанк"            | 1 578 338             | 1,83%           | 3,36    | 289 702                               | 2,39%            | 5,73    | 1 111 747              | 1,98%           | 3,92    | 1 036 518               | 1,95%            | 3,82    | 52 711                | 4,16%           | 17,27    |
| "Банк Дабрабыт" ОАО     | 1 384 914             | 1,61%           | 2,59    | 168 809                               | 1,40%            | 1,95    | 710 100                | 1,27%           | 1,60    | 910 185                 | 1,72%            | 2,94    | 36 493                | 2,88%           | 8,28     |
| ОАО "БНБ-Банк"          | 777 706               | 0,90%           | 0,82    | 89 894                                | 0,74%            | 0,55    | 519 951                | 0,93%           | 0,86    | 555 875                 | 1,05%            | 1,10    | 12 109                | 0,95%           | 0,91     |
| ОАО "Технобанк"         | 652 417               | 0,76%           | 0,57    | 82 993                                | 0,69%            | 0,47    | 383 303                | 0,68%           | 0,47    | 516 596                 | 0,97%            | 0,95    | 11 866                | 0,94%           | 0,88     |
| ОАО "Паритетбанк"       | 645 941               | 0,75%           | 0,56    | 113 284                               | 0,94%            | 0,88    | 367 091                | 0,65%           | 0,43    | 367 722                 | 0,69%            | 0,48    | 2 046                 | 0,16%           | 0,03     |
| ЗАО "РРБ-Банк"          | 421 702               | 0,49%           | 0,24    | 49 158                                | 0,41%            | 0,17    | 259 573                | 0,46%           | 0,21    | 340 414                 | 0,64%            | 0,41    | 987                   | 0,08%           | 0,01     |
| ЗАО "БСБ Банк"          | 368 138               | 0,43%           | 0,18    | 56 512                                | 0,47%            | 0,22    | 121 290                | 0,22%           | 0,05    | 299 571                 | 0,56%            | 0,32    | 11 609                | 0,92%           | 0,84     |
| ЗАО "БТА Банк"          | 435 605               | 0,51%           | 0,26    | 51 009                                | 0,42%            | 0,18    | 258 453                | 0,46%           | 0,21    | 299 418                 | 0,56%            | 0,32    | 1 246                 | 0,10%           | 0,01     |
| ЗАО "Банк Решение"      | 238 862               | 0,28%           | 0,08    | 52 898                                | 0,44%            | 0,19    | 144 765                | 0,26%           | 0,07    | 159 972                 | 0,30%            | 0,09    | 152                   | 0,01%           | 0,00     |
| ЗАО "ТК Банк"           | 201 895               | 0,23%           | 0,05    | 184 650                               | 1,53%            | 2,33    | 10 029                 | 0,02%           | 0,00    | 2 919                   | 0,01%            | 0,00    | 6 516                 | 0,51%           | 0,26     |
| ЗАО "Цетпер Банк"       | 180 903               | 0,21%           | 0,04    | 46 949                                | 0,39%            | 0,15    | 105 105                | 0,19%           | 0,04    | 121 624                 | 0,23%            | 0,05    | 164                   | 0,01%           | 0,00     |
| ОАО "СтатусБанк"        | 78 433                | 0,09%           | 0,01    | 67 033                                | 0,55%            | 0,31    | 56 715                 | 0,10%           | 0,01    | 10 431                  | 0,02%            | 0,00    | 2 069                 | 0,16%           | 0,03     |
| ВСЕГО                   | 86 108 363            | 100,00%         | 2230,64 | 12 098 601                            | 100,00%          | 1970,51 | 56 133 409             | 100,00%         | 2703,94 | 53 054 901              | 100,00%          | 2017,53 | 1 268 355             | 100,00%         | 10000,00 |

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4].

**Таблица 4. Расчет индекса Херфиндаля – Хиршмана для банковской системы Республики Беларусь за 2022 год**

| Наименование банка      | Активы<br>(тыс. руб.) | Доля<br>активов | ННІ      | Собственный<br>капитал (тыс.<br>руб.) | Доля<br>капитала | ННІ     | Кредиты<br>(тыс. руб.) | Доля<br>кредита | ННІ     | Депозиты<br>(тыс. руб.) | Доля<br>депозита | ННІ     | Прибыль<br>(тыс. руб.) | Доля<br>прибыли | ННІ      |
|-------------------------|-----------------------|-----------------|----------|---------------------------------------|------------------|---------|------------------------|-----------------|---------|-------------------------|------------------|---------|------------------------|-----------------|----------|
| ОАО "АСБ Беларусбанк"   | 41 232 922            | 43,84%          | 1 921,94 | 5 828 267                             | 41,91%           | 1756,63 | 29 311 485             | 50,05%          | 2504,54 | 23 542 547              | 41,29%           | 1704,91 | 369 671                | 24,64%          | 607,19   |
| ОАО "Белгпромпромбанк"  | 14 368 930            | 15,28%          | 233,38   | 1 849 701                             | 13,30%           | 176,93  | 8 736 113              | 14,92%          | 222,48  | 8 313 352               | 14,58%           | 212,59  | 89 107                 | 5,94%           | 35,28    |
| "Приорбанк" ОАО         | 5 516 764             | 5,87%           | 34,40    | 930 763                               | 6,69%            | 44,80   | 2 647 552              | 4,52%           | 20,43   | 4 191 792               | 7,35%            | 54,05   | 264 686                | 17,64%          | 311,28   |
| ОАО "Белвестбанк"       | 5 164 407             | 5,49%           | 30,15    | 657 537                               | 4,73%            | 22,36   | 2 923 958              | 4,99%           | 24,92   | 3 735 259               | 6,55%            | 42,92   | 140 457                | 9,36%           | 87,66    |
| ОАО "БелВЭБ"            | 5 002 071             | 5,32%           | 28,28    | 630 826                               | 4,54%            | 20,58   | 2 734 973              | 4,67%           | 21,81   | 2 507 767               | 4,40%            | 19,35   | 26 234                 | 1,75%           | 3,06     |
| ОАО "Сбер Банк"         | 4 970 313             | 5,28%           | 27,92    | 782 068                               | 5,62%            | 31,63   | 2 576 785              | 4,40%           | 19,36   | 2 777 973               | 4,87%            | 23,74   | 99 961                 | 6,66%           | 44,40    |
| ЗАО "Альфа-Банк"        | 4 190 801             | 4,46%           | 19,85    | 643 354                               | 4,63%            | 21,40   | 2 412 465              | 4,12%           | 16,97   | 3 048 577               | 5,35%            | 28,59   | 123 153                | 8,21%           | 67,39    |
| ОАО "Белгазпромбанк"    | 3 854 240             | 4,10%           | 16,79    | 808 402                               | 5,81%            | 33,80   | 1 971 548              | 3,37%           | 11,33   | 2 072 848               | 3,64%            | 13,22   | 67 950                 | 4,53%           | 20,52    |
| ЗАО Банк ВТБ (Беларусь) | 2 152 728             | 2,29%           | 5,24     | 351 742                               | 2,53%            | 6,40    | 1 149 942              | 1,96%           | 3,85    | 1 610 479               | 2,82%            | 7,98    | 75 664                 | 5,04%           | 25,44    |
| ЗАО "МТБанк"            | 1 932 614             | 2,05%           | 4,22     | 376 158                               | 2,71%            | 7,32    | 1 309 036              | 2,24%           | 5,00    | 1 386 669               | 2,43%            | 5,91    | 65 363                 | 4,36%           | 18,98    |
| "Банк Дабрабыт" ОАО     | 1 490 535             | 1,58%           | 2,51     | 199 403                               | 1,43%            | 2,06    | 799 111                | 1,36%           | 1,86    | 962 628                 | 1,69%            | 2,85    | 21 802                 | 1,45%           | 2,11     |
| ОАО "БНБ-Банк"          | 794 907               | 0,85%           | 0,71     | 102 208                               | 0,73%            | 0,54    | 497 246                | 0,85%           | 0,72    | 550 753                 | 0,97%            | 0,93    | 25 534                 | 1,70%           | 2,90     |
| ОАО "Технобанк"         | 743 166               | 0,79%           | 0,62     | 92 193                                | 0,66%            | 0,44    | 342 371                | 0,58%           | 0,34    | 604 393                 | 1,06%            | 1,12    | 70 249                 | 4,68%           | 21,93    |
| ОАО "Паритетбанк"       | 665 889               | 0,71%           | 0,50     | 115 272                               | 0,83%            | 0,69    | 361 269                | 0,62%           | 0,38    | 405 712                 | 0,71%            | 0,51    | 5 142                  | 0,34%           | 0,12     |
| ЗАО "БСБ Банк"          | 454 115               | 0,48%           | 0,23     | 71 572                                | 0,51%            | 0,26    | 35 299                 | 0,06%           | 0,00    | 373 416                 | 0,65%            | 0,43    | 28 157                 | 1,88%           | 3,52     |
| ЗАО "РРБ-Банк"          | 434 425               | 0,46%           | 0,21     | 53 425                                | 0,38%            | 0,15    | 254 704                | 0,43%           | 0,19    | 374 201                 | 0,66%            | 0,43    | 1 768                  | 0,12%           | 0,01     |
| ЗАО "БТА Банк"          | 395 009               | 0,42%           | 0,18     | 52 473                                | 0,38%            | 0,14    | 235 556                | 0,40%           | 0,16    | 283 780                 | 0,50%            | 0,25    | 1 571                  | 0,10%           | 0,01     |
| ЗАО "Банк Решение"      | 244 420               | 0,26%           | 0,07     | 53 050                                | 0,38%            | 0,15    | 126 367                | 0,22%           | 0,05    | 160 221                 | 0,28%            | 0,08    | 3 601                  | 0,24%           | 0,06     |
| ЗАО "ТК Банк"           | 210 413               | 0,22%           | 0,05     | 191 262                               | 1,38%            | 1,89    | 10 802                 | 0,02%           | 0,00    | 7 120                   | 0,01%            | 0,00    | 12 607                 | 0,84%           | 0,71     |
| ЗАО "Центр Банк"        | 149 462               | 0,16%           | 0,03     | 47 114                                | 0,34%            | 0,11    | 78 419                 | 0,13%           | 0,02    | 90 942                  | 0,16%            | 0,03    | 1 824                  | 0,12%           | 0,01     |
| ОАО "СтатусБанк"        | 89 471                | 0,10%           | 0,01     | 69 102                                | 0,50%            | 0,25    | 54 792                 | 0,09%           | 0,01    | 16 294                  | 0,03%            | 0,00    | 5 714                  | 0,38%           | 0,15     |
| ВСЕГО                   | 94 057 602            | 100,00%         | 2327,30  | 13 905 892                            | 100,00%          | 2128,52 | 58 569 793             | 100,00%         | 2854,42 | 57 016 723              | 100,00%          | 2119,88 | 1 500 215              | 100,00%         | 10000,00 |

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4].

Рассмотрим индекс Херфиндала-Хиршмана для банковской системы Республики Беларусь (Рисунок 1)

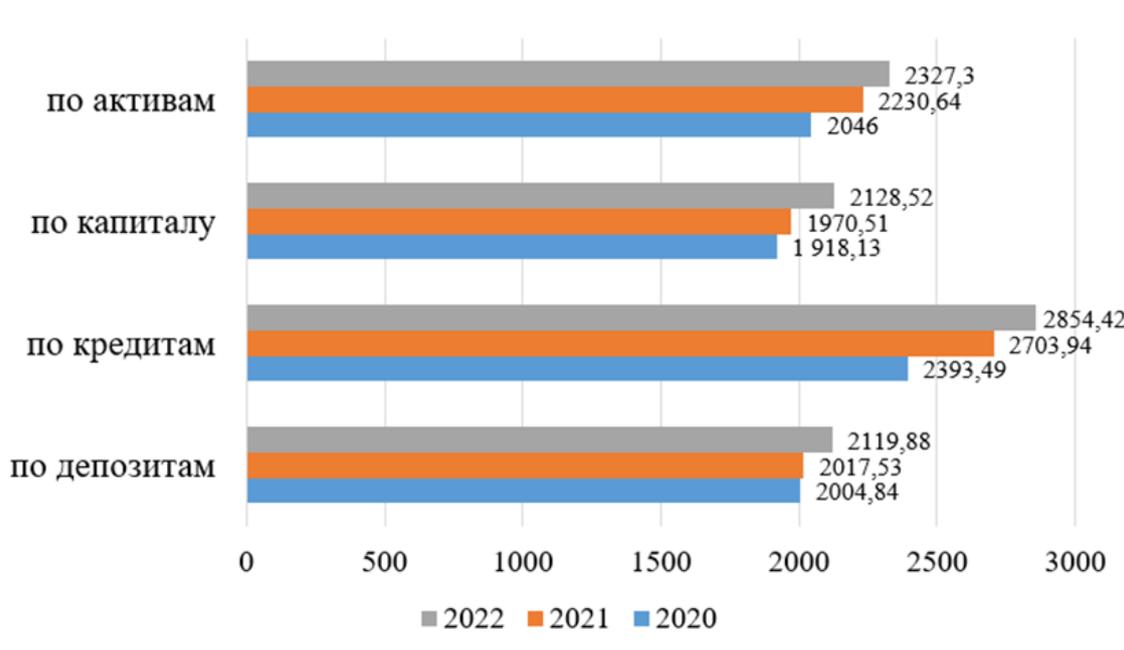


Рисунок 1. – Индекс Херфиндала-Хиршмана для банковской системы Республики Беларусь за 2020-2022 гг.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе таблиц 2,3,4.

Расчет показателя ННІ показал, что банковский рынок Республики Беларусь относится по большинству параметров к высококонцентрированному. Из рисунка 1 видно, что происходит увеличение уровня концентрации по всем показателям. По активам на 281,3, по капиталу 210,39, по кредитам 460,93 и по депозитам на 115,04.

Следующим этапом анализа является расчет коэффициента концентрации капитала и активов. Полученные результаты расчета CR3 продемонстрированы в таблице

2. Таблица 2 – Коэффициент концентрации CR3 по активам и капиталу за 2020-2022 гг., %

**Таблица 5. Коэффициент концентрации CR3 по активам и капиталу за 2020-2022 гг., %**

|                 | 2020  | 2021  | 2022  |
|-----------------|-------|-------|-------|
| CR3 по активам  | 60,71 | 63,54 | 64,99 |
| CR3 по капиталу | 60,55 | 61,02 | 61,9  |

Примечание – Источник: собственная разработка на основе таблиц 2,3,4.

Анализируя таблицу можно сказать, что рассчитав коэффициент концентрации банковский рынок относится к умеренно концентрированному, так как данные попадают в диапазон 45-70%. Концентрация активов и капитала приходится на ОАО "АСБ Беларусбанк", ОАО "Белагропромбанк" и "Приорбанк" ОАО. Предоставленные данные свидетельствуют об олигополии на банковском рынке страны. Олигополия описывает структуру рынка, в которой доминирует несколько банков, каждая из которых имеет значительную долю рынка.

В таблице 6 представлены данные расчета коэффициента концентрации CR3 по кредитам и депозитам.

**Таблица 6. Коэффициент концентрации CR3 по кредитам и депозитам за 2020-2022 гг., %**

|                  | 2020  | 2021  | 2022  |
|------------------|-------|-------|-------|
| CR3 по кредитам  | 64,08 | 67,75 | 69,49 |
| CR3 по депозитам | 60,27 | 62,19 | 63,22 |

Примечание – Источник: собственная разработка на основе таблиц 2,3,4.

Исходя из данных таблицы 2.3 банковский рынок относится к умеренно концентрированному, так как максимальный показатель CR3 по кредитам и депозитам достигает 69,49 % и 63,22 % соответственно, что соответствует диапазону 45-70%. Концентрация кредитов и депозитов приходится также на ОАО "АСБ Беларусбанк", ОАО "Белагропромбанк" и "Приорбанк" ОАО.

В рамках структурного подхода к оценке уровня развития конкурентной среды в банковской системе Республики Беларусь ввиду небольшого числа участников на банковском рынке Беларуси, на основании показателей деятельности можно построить рейтинг, отражающий позицию банка по отношению к конкурентам.

Рейтинг строится с учетом количественных показателей деятельности белорусских банков на 01.01.2022 г. на основании статистических материалах Национального банка Республики Беларусь.

Методика построения рейтинга состоит в ранжировании показателей с присвоением им соответствующих баллов, рассчитанных как отношение показателя отдельного банка к максимальному показателю среди банков. Максимальное количество баллов

по каждой позиции – 100. За основу взята методика рейтинга банков Рейтингового агентства БГУ [3].

Рейтинг строится на основании следующих показателей:

- объем активов банка;
- объем собственного капитала;
- объем депозитов;
- объем кредитов.

Рассмотрим в приложение рейтинг конкурентных позиций банков за 2022 год, представленный в таблице 7.

**Таблица 7. Рейтинг конкурентных позиций банков за 2022 год**

| Наименование банка      | Место | Количество баллов | Собственный капитал (тыс. руб.) | Балл   | Активы (тыс. руб.) | Балл   | Кредиты (тыс. руб.) | Балл   | Депозиты (тыс. руб.) | Балл   | Прибыль (тыс. руб.) | Балл   |
|-------------------------|-------|-------------------|---------------------------------|--------|--------------------|--------|---------------------|--------|----------------------|--------|---------------------|--------|
| ОАО "АСБ Беларусбанк"   | 1     | 500,00            | 5 828 267                       | 100,00 | 41 232 922         | 100,00 | 29 311 485          | 100,00 | 23 542 547           | 100,00 | 369 671             | 100,00 |
| ОАО "Белагропромбанк"   | 2     | 155,81            | 1 849 701                       | 31,74  | 14 368 930         | 34,85  | 8 736 113           | 29,80  | 8 313 352            | 35,31  | 89 107              | 24,10  |
| "Приорбанк" ОАО         | 3     | 127,79            | 930 763                         | 15,97  | 5 516 764          | 13,38  | 2 647 552           | 9,03   | 4 191 792            | 17,81  | 264 686             | 71,60  |
| ОАО "Белинвестбанк"     | 4     | 87,64             | 657 537                         | 11,28  | 5 164 407          | 12,52  | 2 923 958           | 9,98   | 3 735 259            | 15,87  | 140 457             | 38,00  |
| ЗАО "Альфа-Банк"        | 5     | 75,70             | 643 354                         | 11,04  | 4 190 801          | 10,16  | 2 412 465           | 8,23   | 3 048 577            | 12,95  | 123 153             | 33,31  |
| ОАО "Сбер Банк"         | 6     | 73,10             | 782 068                         | 13,42  | 4 970 313          | 12,05  | 2 576 785           | 8,79   | 2 777 973            | 11,80  | 99 961              | 27,04  |
| ОАО "Белгазпромбанк"    | 7     | 57,13             | 808 402                         | 13,87  | 3 854 240          | 9,35   | 1 971 548           | 6,73   | 2 072 848            | 8,80   | 67 950              | 18,38  |
| ОАО "БелВЭБ"            | 8     | 50,03             | 630 826                         | 10,82  | 5 002 071          | 12,13  | 2 734 973           | 9,33   | 2 507 767            | 10,65  | 26 234              | 7,10   |
| ЗАО Банк ВТБ (Беларусь) | 9     | 42,49             | 351 742                         | 6,04   | 2 152 728          | 5,22   | 1 149 942           | 3,92   | 1 610 479            | 6,84   | 75 664              | 20,47  |
| ЗАО "МТБанк"            | 10    | 39,18             | 376 158                         | 6,45   | 1 932 614          | 4,69   | 1 309 036           | 4,47   | 1 386 669            | 5,89   | 65 363              | 17,68  |
| ОАО "Технобанк"         | 11    | 26,12             | 92 193                          | 1,58   | 743 166            | 1,80   | 342 371             | 1,17   | 604 393              | 2,57   | 70 249              | 19,00  |
| "Банк Дабрабыт" ОАО     | 12    | 19,75             | 199 403                         | 3,42   | 1 490 535          | 3,61   | 799 111             | 2,73   | 962 628              | 4,09   | 21 802              | 5,90   |
| ОАО "БНБ-Банк"          | 13    | 14,62             | 102 208                         | 1,75   | 794 907            | 1,93   | 497 246             | 1,70   | 550 753              | 2,34   | 25 534              | 6,91   |
| ЗАО "БСБ Банк"          | 14    | 11,65             | 71 572                          | 1,23   | 454 115            | 1,10   | 35 299              | 0,12   | 373 416              | 1,59   | 28 157              | 7,62   |
| ОАО "Паритетбанк"       | 15    | 7,94              | 115 272                         | 1,98   | 665 889            | 1,61   | 361 269             | 1,23   | 405 712              | 1,72   | 5 142               | 1,39   |
| ЗАО "ТК Банк"           | 16    | 7,27              | 191 262                         | 3,28   | 210 413            | 0,51   | 10 802              | 0,04   | 7 120                | 0,03   | 12 607              | 3,41   |
| ЗАО "РРБ-Банк"          | 17    | 4,91              | 53 425                          | 0,92   | 434 425            | 1,05   | 254 704             | 0,87   | 374 201              | 1,59   | 1 768               | 0,48   |
| ЗАО "БТА Банк"          | 18    | 4,29              | 52 473                          | 0,90   | 395 009            | 0,96   | 235 556             | 0,80   | 283 780              | 1,21   | 1 571               | 0,42   |
| ЗАО "Банк Решение"      | 19    | 3,59              | 53 050                          | 0,91   | 244 420            | 0,59   | 126 367             | 0,43   | 160 221              | 0,68   | 3 601               | 0,97   |
| ОАО "СтатусБанк"        | 20    | 3,20              | 69 102                          | 1,19   | 89 471             | 0,22   | 54 792              | 0,19   | 16 294               | 0,07   | 5 714               | 1,55   |
| ЗАО "Цептер Банк"       | 21    | 2,32              | 47 114                          | 0,81   | 149 462            | 0,36   | 78 419              | 0,27   | 90 942               | 0,39   | 1 824               | 0,49   |

Примечание – Источник: собственная разработка на основе таблиц 2,3,4

Таким образом, можно заключить, что банки ОАО "АСБ Беларусбанк", ОАО "Белагропромбанк" и "Приорбанк" ОАО занимают лидирующие позиции в белорусской банковской среде, так как они набрали наибольшее количество баллов в рейтинге конкурентных позиций банков.

Важно отметить, что этот рейтинг учитывает фактор эффекта масштаба банка, то есть ориентируется на абсолютные показатели, размер филиальной сети и другие факторы.

Одним из показателей конкурентоспособности банка является его близость к клиентам, то есть разветвленность филиальной сети. Город Минск является наиболее концентрированным по количеству филиалов, так как в нем находятся центральные аппараты банков и филиалы крупных и мелких банков. В областях

преимущество имеют крупные банки, у которых наиболее распространены подразделения.

К положительным моментам олигополистического рынка можно отнести:

1. Устойчивость и надежность. Олигополистические банки обычно имеют крупные активы и финансовую стабильность, что делает их более надежными для клиентов и инвесторов. Также государство в первую очередь будет помогать более крупным банкам в случае их банкротства. Это может способствовать укреплению доверия к банковской системе и обеспечению финансовой стабильности в стране.
2. Большие инвестиционные возможности. Олигополистические банки могут иметь больше ресурсов и возможностей для инвестирования в различные отрасли экономики. Это может способствовать развитию инфраструктуры, инноваций и других ключевых секторов экономики и др.

Отметим, что активно происходящие процессы цифровизации на финансовых рынках так же оказывают стимулирующее воздействие на банковскую конкуренцию.

В настоящее время наблюдается уменьшение разнообразия в банковских продуктах на рынке Республики Беларусь, несмотря на активную рекламную деятельность и улучшение качества обслуживания со стороны банков. Банки легко копируют лучшие практики своих конкурентов, что приводит к тому, что почти все банки предлагают схожий набор услуг и продуктов. В результате современный банковский рынок постепенно движется от модели дифференцированной олигополии к модели однородной олигополии. Для увеличения уровня конкуренции в банковском секторе и повышения разнообразия банковских продуктов и услуг необходимы усилия на различных уровнях - со стороны государства, Национального банка и самих банков. Также важно создание и поощрение открытой и честной конкуренции на товарных рынках для повышения их эффективности.

#### **Литература:**

1. Перечень системно значимых банков Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/system/main-banks>. – Дата доступа: 15.10.2023
2. Ковалев М.М. Конкуренция в банковском секторе Беларуси / М. Ковалев, К. Колесник // Вестник ассоциации белорусских банков. – 2010. - № 15 (563). – с. 2-10.
3. Рейтинговое агентство БГУ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://economy.bsu.by/2018/03/rejtingovoe-agentstvo-bgu-opublikovalo-rejting-beloruskih-bankov-po-itogam-2017-goda/> – Дата доступа: 15.10.2023
4. Рейтинги банков Беларуси по финансовым показателям 2020-2022 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://bankchart.by/spravochniki/rejtingi\\_cbr](https://bankchart.by/spravochniki/rejtingi_cbr) - Дата доступа: 15.10.2023

# ЭКОНОМИКА

## АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СЕГМЕНТЕ КОРПОРАТИВНОГО БИЗНЕСА

*Ксензова Дарья Игоревна*  
Полесский Государственный Университет  
Студент

*Куцко Дарья Сергеевна, студент факультета Экономики и финансов,  
Полесский Государственный университет; Кукса Оксана Александровна,  
доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры банкинга и  
финансовых рынков, Полесский Государственный университет*

**Ключевые слова:** корпоративный бизнес; кредит; депозит; задолженность; просроченная задолженность; процентные ставки; банк

**Keywords:** corporate business; loan; deposit; debt; overdue debt; interest rates; bank

**Аннотация:** В работе рассматривается объем и динамика корпоративного банковского кредитования в Республике Беларусь, статистика просроченной задолженности по кредитам и динамика средних процентных ставок кредитно-депозитного рынка для корпоративных клиентов.

**Abstract:** The paper examines the volume and dynamics of corporate bank lending in the Republic of Belarus, the statistics of overdue loans and the dynamics of average interest rates of the credit and deposit market for corporate clients.

**УДК 336.77**

**Введение:** В современной экономике банковский сектор играет ключевую роль в финансовой системе каждой страны. В Республике Беларусь банки активно участвуют в обслуживании корпоративного бизнеса, предоставляя широкий спектр финансовых услуг для предприятий различных отраслей. Анализ деятельности банков в этом сегменте является важным инструментом для понимания текущего состояния и перспектив развития корпоративного сектора экономики. В данном исследовании будет рассмотрен анализ деятельности банков Республики Беларусь в сегменте корпоративного бизнеса, выявлены основные тенденции и проблемы, а также предложены рекомендации по оптимизации работы банков в данной сфере.

**Актуальность:** В условиях быстро меняющейся экономической среды, включая изменения в мировой экономике, технологические инновации и изменения в законодательстве, банки вынуждены постоянно адаптироваться и развивать новые подходы к обслуживанию корпоративных клиентов. Поэтому анализ деятельности банков в сегменте корпоративного бизнеса позволяет выявить основные тенденции, проблемы и перспективы развития данной сферы, что является важным для формирования эффективной стратегии развития банковского сектора.

**Цель исследования:** Проведение всестороннего анализа деятельности банковского сектора Республики Беларусь в сегменте корпоративного бизнеса с целью выявления основных тенденций, проблем и перспектив развития данной сферы.

**Научная новизна:** Проведение всестороннего анализа деятельности банковского сектора Республики Беларусь в сегменте корпоративного бизнеса с использованием новейших методов и подходов, таких как анализ данных, метод сравнения средних, анализ соответствий.

Коммерческие банки, развивая корпоративный бизнес, формируют долгосрочные партнерские взаимоотношения с клиентами и создают универсальные системы финансового обслуживания, которые отвечают потребностям всех типов клиентов.

Обслуживание корпоративных клиентов является одним из наиболее приоритетных направлений банковской деятельности, поскольку состав и качество клиентской базы влияют на объем и качество дополнительных привлеченных ресурсов, возможность увеличения и расширения кредитного портфеля, объем проводимых через банк платежей, а также на прибыль банка.

В современном мире предприятия зачастую прибегают к привлечению кредитных ресурсов банков. При недостаточном объеме выручки от реализации продукции предприятия, для поддержания финансово-хозяйственной деятельности, вынуждены привлекать финансовые ресурсы, и чаще всего, это банковские кредиты.

Проведём анализ динамики корпоративных кредитов, выданных банками Республики Беларусь в национальной и иностранной валютах за период 2020-2022 гг. (таблица 1.1).

**Таблица 1.1. Динамика и структура выданных кредитов субъектам хозяйствования банками Республики Беларусь в национальной и иностранной валютах за период 2020-2022 гг.**

| Показатель            | 2020             |           | 2021             |           | 2022             |           | Темп роста % |           |
|-----------------------|------------------|-----------|------------------|-----------|------------------|-----------|--------------|-----------|
|                       | сумма, млн. руб. | уд.вес, % | сумма, млн. руб. | уд.вес, % | сумма, млн. руб. | уд.вес, % | 2021/2020    | 2022/2021 |
| Выдано кредитов       | 6187,5           | 100,0     | 8 684,1          | 100,0     | 8 169,9          | 100,0     | 140,3        | 94,1      |
| Краткосрочные кредиты | 5421,9           | 87,6      | 7687,4           | 88,5      | 7188,6           | 88,0      | 141,8        | 93,5      |
| Долгосрочные кредиты  | 765,6            | 12,4      | 996,7            | 11,5      | 981,3            | 12,0      | 130,2        | 98,5      |

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных [1]

Данные таблицы демонстрируют стабильную тенденцию роста выдачи кредитов корпоративным клиентам. Таким образом выдачи кредитов к 2021 году увеличились на 40,3%, а в 2022 году кредиты уменьшились на 5,9%. Наибольший прирост по видам кредитования за анализируемый период наблюдается в краткосрочном кредитовании на 2 265,5 млн. руб. или на 41,8% по сравнению с 2020 годом. Большая часть выдаваемых кредитов являются краткосрочными (более 80% от выданных кредитов), это обусловлено тем, что выдача долгосрочных кредитов являются

наиболее рискованными для банков, т.к. сумма кредита будет значительно выше, нежели у краткосрочного кредитования. Для долгосрочного кредитования субъектам хозяйствования необходимо обеспечить кредит имуществом в залог, банковской гарантией, поручительство физических или юридических лиц. Поэтому очевидно, что в структуре кредитования по срокам значительно больше краткосрочное кредитование.

Проведем анализ качества выдаваемых кредитов субъектам хозяйствования банками Республики Беларусь в национальной и иностранной валютах за период 2020-2022 гг. (таблица 1.2).

**Таблица 1.2. Анализ качества выдаваемых кредитов субъектам малого и среднего предпринимательства банками Республики Беларусь в национальной и иностранной валютах за период 2020-2022 гг.**

| Показатель  | 2020 г.  | 2021 г.  | 2022 г.  | Темп роста<br>2022/<br>2020, % | Отклонение |
|---|----------|----------|----------|--------------------------------|------------|
|   |          |          |          |                                | 2022/2020  |
| Выдано кредитов, млн.руб.   | 6 187,50 | 8 684,10 | 8 169,90 | 132,0                          | 1 982,40   |
| Просроченная и пролонгированная задолженность по кредитам, млн.руб. | 74,8     | 68,9     | 130,5    | 174,5                          | 55,70      |
| Доля просроченной задолженности в общем объеме выданных кредитов, % | 1,2      | 0,8      | 1,5      | 125,0                          | 0,30       |

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных [1]

Благодаря проведенному анализу, мы видим, что в течении рассматриваемого периода мы наблюдаем негативную тенденцию роста просроченной и пролонгированной задолженности по выданным кредитам: она увеличилась за рассматриваемый период на 33 процентных пункта, или на 55,7млн.руб. Доля просроченной задолженности за рассматриваемый период увеличилась на 0,30 процентных пункта, что свидетельствует о снижении качества активов, также это может объясняться тем, что увеличился спрос на пролонгацию ранее предоставленных кредитов как в национальной, так и в иностранной валютах в связи с уже отмеченной тенденцией увеличения стоимости кредитных ресурсов.

Основными направлениями совершенствования кредитования банком корпоративных клиентов могут быть:

- увеличение доходов банков за счет внедрения новых банковских продуктов;
- активная работа с развивающимися отраслями экономики.

Одним из ключевых аспектов корпоративного бизнеса являются депозиты, предоставляемые корпоративным клиентам. Рассмотрим динамику и структуру депозитов по секторам экономики (таблица 1.3).

**Таблица 1.3. Динамика и структура депозитов в РБ по секторам экономики за период 2020-2022 гг., тыс. руб.**

| Показатель                               | 2020             |           | 2021             |           | 2022             |           | Темп роста % |           |
|--|------------------|-----------|------------------|-----------|------------------|-----------|--------------|-----------|
|  | сумма, млн. руб. | уд.вес, % | сумма, млн. руб. | уд.вес, % | сумма, млн. руб. | уд.вес, % | 2021/2020    | 2022/2021 |
| Депозиты сектора экономики, в т.ч.       | 4 4304,7         | 100,0     | 4 7207,2         | 100,0     | 52 966,9         | 100,00    | 106,6        | 112,2     |
| Государственные коммерческие предприятия | 4 984,2          | 11,2      | 6 644,6          | 14,1      | 7 538,6          | 14,2      | 133,3        | 113,5     |
| Частный сектор                           | 1 4632,9         | 33,0      | 1 6263,1         | 34,5      | 1 8390,3         | 34,7      | 111,1        | 113,1     |
| Физические лица                          | 2 2464,1         | 50,7      | 21 731,8         | 46,0      | 23 829,1         | 45,0      | 96,7         | 109,7     |
| Небанковские финансовые операции         | 2 223,5          | 5,0       | 2 567,7          | 5,4       | 3 208,9          | 6,1       | 115,5        | 125,0     |

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных [2]

Депозиты государственных коммерческих предприятий увеличились на 2 554,4 млн. руб. или на 51,2 %, а также в 2021 году увеличились на 1 660,4 млн. руб. или на 33,3%, а в 2022 году на 894 млн. руб. или на 13,5%. Доля депозитов государственных коммерческих предприятий в секторе экономике составляет более 10%. Депозиты частного сектора экономики увеличились за анализируемый период на 3 757,4 или на 26,7%. Доля депозитов частного сектора экономики составляет более 30%.

Для корпоративных клиентов анализ процентных ставок по кредитам помогает выбрать наиболее выгодные условия для заемных средств, а анализ процентных ставок по депозитам помогает выбрать банк с наиболее выгодными условиями для размещения свободных средств (рисунок 1.1).

**Рисунок 1.1. Динамика средних процентных ставок кредитно-депозитного рынка для корпоративных клиентов за 2020-2022 гг., %**



Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных [2]

Из рисунка 1.1 видно, что ставки по банковским депозитам снизились за анализируемый период на 6,4%. А средние процентные ставки по кредитам увеличились за анализируемый период на 1,5%. Причины снижения ставок по депозитам: низкая инфляция, политика центрального банка, конкуренция на рынке т.д. Снижение средних процентных ставок по кредитам и депозитам может быть выгодным для клиентов и стимулировать экономическую активность, но может также негативно сказаться на доходности банков и вкладчиков.

Также актуально востребовано в корпоративном сегменте бизнеса деятельность по ценным бумагам, расчетно-кассовое обслуживание и факторинг.

1. Ценные бумаги: Корпоративные клиенты могут нуждаться в услугах по управлению портфелем ценных бумаг, торговле акциями, облигациями, деривативами и другими финансовыми инструментами. Банк может предоставлять услуги по хранению ценных бумаг, учету и расчетам по сделкам с ценными бумагами.

2. Расчетно-кассовое обслуживание: Это включает в себя широкий спектр услуг, таких как учетно-платежные операции, кассовое обслуживание, электронные платежи, автоматизация финансовых операций и другие услуги, направленные на обеспечение эффективного управления денежными потоками корпоративных клиентов.

3. Факторинг: Факторинг представляет собой финансовую услугу, при которой банк предоставляет корпоративному клиенту финансирование на основе его дебиторской задолженности. Это помогает компаниям улучшить ликвидность за счет получения денежных средств от банка на ранних этапах, вместо ожидания оплаты от своих клиентов.

Эти услуги являются важными для корпоративных клиентов, поскольку помогают им управлять своими финансовыми потоками, обеспечивать ликвидность и управлять рисками. Банки предоставляют эти услуги, чтобы помочь корпоративным клиентам в достижении их финансовых целей и обеспечении успешной деятельности.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что деятельность банков в Республике Беларусь в области корпоративного бизнеса активно развивается, особенно в сферах привлечения депозитов и предоставления кредитов корпоративным клиентам. Благоприятные условия кредитования, подкрепленные поддержкой государства и ресурсными возможностями банковской системы, способствуют росту активности в этой области.

Однако, анализируемый период также выявил рост просроченной и пролонгированной задолженности, что может негативно сказаться на деятельности банков из-за увеличения кредитных рисков. Это указывает на необходимость усиления мер по управлению кредитными рисками и контролю за качеством портфеля кредитования, а также на разработку эффективных методов предотвращения просроченной задолженности.

Таким образом, результаты исследования могут быть использованы для разработки рекомендаций по улучшению процессов управления кредитными рисками, снижению

уровня просроченной задолженности и повышению эффективности деятельности банков в сегменте корпоративного бизнеса.

#### **Литература:**

1. Статистический бюллетень (кредиты по видам экономической деятельности) за 2020-2022 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/monthlybook>. – Дата доступа: 25.11.2023.
2. Статистический бюллетень (ежемесячник) за 2020-2022 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/bulletin>. – Дата доступа: 25.11.2023.

## **ЭКОНОМИКА**

### **ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС**

**Хамаганов Данила Андреевич**

ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления»  
обучающийся

**Слепнева Людмила Романовна, доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления». Цыбикова Надежда Жигжитовна, студент кафедры бухгалтерский учет и финансы; Доржиев Аюши Александрович, студент кафедры бухгалтерский учет и финансы**

**Ключевые слова:** инфляция; Россия; влияние инфляции на потребительский спрос; Республика Бурятия

**Keywords:** inflation; Russia; the impact of inflation on consumer demand; Republic of Buryatia

**Аннотация:** В статье рассмотрено такое экономическое явление как инфляция и ее влияние на потребительский спрос на примере РФ в целом и Республики Бурятии в частности.

**Abstract:** The article considers such an economic phenomenon as inflation and its impact on consumer demand on the example of the Russian Federation in general and the Republic of Buryatia in particular.

**УДК 336.748:339.13**

**Введение.** В мире практически нет стран, где бы в 20 веке не было периода высокой инфляции, одного из самых тяжелых заболеваний рынка. Бесспорно, проблема инфляции актуальна в наши дни. Во многих странах уровень инфляции является важнейшим макроэкономическим показателем, влияющим на банковские процентные

ставки, на потребительский спрос, на курсы обмена, и иные аспекты, влияющие на стоимость и качество жизни.

**Актуальность.** На сегодняшний день Российская Федерация сталкивается с высокой инфляцией, причинами которой в большинстве своем являются санкции, вводимые западными странами ввиду их несогласия с внешней политикой России.

**Целью исследования** является определение влияния инфляции на потребительский спрос.

**Научная новизна.** В данной статье рассматривается состояние рынка на сегодняшний день, а также анализируется динамика потребительского спроса на различные товары.

При высокой инфляции реальные доходы населения сокращаются, особенно от этого страдают люди, получающие фиксированные доходы. Как правило, уровень инфляции гораздо выше, чем номинальная ставка процента в кредитных учреждениях, поэтому личные сбережения населения так же обесцениваются. В конечном итоге инфляция приводит к тому, что населению становится не выгодно делать сбережения в банках, появляется желание как можно быстрее избавиться от денег, переводя их в товары и услуги.

Вместе с инфляцией растут и инфляционные ожидания, что приводит к замкнутому кругу в котором рост цен вызывает страх инфляции, который, в свою очередь, приводит к еще большему росту цен. Итогом таких действий может стать гиперинфляция, которая ни раз приводила к серьезным кризисам и войнам.

Неуправляемая инфляция разрушает систему регулирования рыночной экономики, усложняет управление всем национальным хозяйством и может привести к серьезным последствиям для всей страны.

Инфляция является сложным социально-экономическим явлением, порождаемым диспропорциями воспроизводства в различных сферах рыночного хозяйства и представляет собой одну из наиболее острых проблем современной экономики во многих странах мира.

По данным Росстата в России по итогам 2022 года наблюдалась инфляция 11,9% среди отдельных групп выделяются следующие товары:

- 1) моющие и чистящие средства— на 29,8%,
- 2) электротовары и другие бытовые товары— на 15,3%,
- 3) молоко и молочная продукция— на 15,2%,
- 4) сливочное масло— на 14,7%,
- 5) макароны— на 14,6%.

Другие источники сообщают о росте цен на некоторые товары вплоть до 40%.

В Бурятии рост цен составляет 12,6 %, а по отдельным позициям – на треть. В 2022 году цена на продовольственные товары повысилась на 10,7%. Наибольший рост цен пришелся на такие товары как:

- 1) сахар-песок – 28,7%
- 2) мороженое – 28%
- 3) кофе – 25,8%
- 4) соль и специи – 23,4%
- 5) маргарин – 23,3%
- 6) кондитерские изделия – 20,8%
- 7) макаронные изделия - 23%
- 8) крупы и бобовые – 20,2%

Произошло повышение цен на кофе натуральный в зернах и молотый (на 44,2 %), чай черный байховый (на 33,9 %), соль поваренную пищевую (на 34,8 %), сухие супы в пакетах (на 25,4 %). В группе «крупы и бобовые» повысились цены на рис шлифованный (на 33,0 %), крупы овсяная и перловая (на 17,1 %), «кондитерские изделия» - на карамель (на 30,6 %), зефир, пастилу (на 30,5 %), «макаронные изделия» - на вермишель (на 27,5 %), макаронные изделия из пшеничной муки высшего сорта (на 21,4 %).

В 2022 году произошло снижение цен на плодоовощную продукцию. Так, подешевели капуста белокочанная на 58,7 %, картофель – на 40,8 %, чеснок – на 32,2 %, морковь – на 25,0 %, свекла столовая – на 21,5 %, лук репчатый – на 16,0 %, помидоры свежие – на 8,7 %, яблоки – на 6,2 %. Также, произошло снижение цен на яйца куриные (на 2,3 %), свинину (на 0,6 %) [2].

Понятное дело, что столь значительные темпы инфляции просто не могли не сказаться на потребительском спросе населения. Хотя бы просто потому, что стремительный рост цен не сопровождается таким же ростом заработной платы. А из этого следует, что на тот же объем денежных средств, имеющихся у потребителя, он купит значительно меньше продукции.

Проведя небольшое исследование, мы выяснили как изменился спрос на некоторые продукты питания, а также предметы роскоши.

По нашим данным спрос на такой товар как кофе упал более чем на половину. Среди опрошенных 57% людей любили попить кофе практически ежедневно. Вследствие роста цен доля любителей кофе снизилась до 30%. Несомненно, данный факт играет важную роль в кофейном бизнесе. Не каждое кафе сможет продолжать функционировать если количество его клиентов снизится вдвое.

Похожая ситуация наблюдается у спроса на шоколад. Доля сладкоежек до введения санкций была более 50% из числа опрошенных. На данный момент их доля составляет 33%.

Что касается товаров роскоши, то тут ситуация еще хуже. Рост цен на автомобили привел к снижению доли желающих приобрести автомобиль с 80% до 37%. Опять же это свидетельствует об ухудшении материального благополучия населения.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что инфляция способна нанести серьезный ущерб экономике и вообще стране в целом. Обеднение населения способствует развитию социальной напряженности, что впоследствии может привести к серьезным проблемам для нашей страны.

Для управления влиянием инфляции на потребительский спрос необходимо принимать меры на различных уровнях. На макроуровне правительства могут проводить политику, направленную на контроль инфляции и поддержание стабильности цен. Например, Центральный банк может проводить денежно-кредитную политику, чтобы контролировать количество денег в обращении и влиять на процентные ставки.

На микроуровне потребители могут принимать меры для управления своим потребительским спросом. Они могут контролировать свои расходы и планировать бюджет, чтобы избежать непредвиденных расходов, вызванных инфляцией. Также они могут искать альтернативы более дорогим товарам и услугам, например, покупать более дешевые аналоги или искать более дешевые места для покупок.

Способность государства удерживать инфляцию на оптимальном уровне дает возможность говорить об эффективности экономики в стране, а также о достаточно высокой степени развития механизмов саморегуляции и о динамизме и устойчивости экономической системы.

Самым лучшим положением экономики будет стабильная невысокая инфляция, при которой будет сохраняться покупательная способность денег. Такая инфляция позволит спокойно планировать бюджеты на достаточно продолжительный срок, инвестировать и копить. А залогом развития экономики является возможность строить долгосрочные планы.

#### **Литература:**

1. Росстат оценил годовую инфляцию и назвал самые подорожавшие товары. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/13/01/2023/63c150159a79476f608de4df?ysclid=lr7rptztuv939416783&from=copy> (дата обращения: 29.12.2023).
2. Инфляция в Бурятии составляет 12,6 процента. [Электронный ресурс]. URL: <https://gazeta-n1.ru/news/society/118718/?ysclid=Impx49i4f0714617630> (дата обращения: 29.12.2023).

# БОТАНИКА

## БИОМОРФОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ПОЛЕЗНЫЕ СВОЙСТВА АЛОЭ (ALOE VERA (L.) BURM. F.)

**Алекперов Рамиз Алекпер**

Кандидант Биологических наук, доц.

Институт Дендрологии Министерства Науки и Образования Азербайджанской Республики

Заведующий лаборатории "Систематики растений"

**Ахмедова В.Р., младший научный сотрудник, Институт Дендрологии  
Министерства Науки и Образования Азербайджанской Республики**

**Ключевые слова:** растение; алоэ; лекарственные средства; полезные свойства

**Keywords:** plant; aloe; medicines; beneficial properties

**Аннотация:** В статье рассмотрены биоморфологические свойства растения Алоэ, его фитохимический состав, распространение в мире и в Азербайджане, применение в медицине, особенно при ангине, болезнях глаз, инфекционных заболеваниях, пародонтите, инфекционных заболеваниях, особенно дизентерии и дифтерии, стоматологических заболеваниях, а заодно и в косметике. Кроме того, хорошие результаты дает его применение при всех видах гепатита, употребление геля предохраняет клетки печени от распада, постепенно размягчает затвердевшую печень, снижает повышенный уровень холестерина низкой плотности, снижает липопротеид и билирубин. В статье также приведены примеры нескольких лечебных рецептов.

**Abstract:** The article discusses the biomorphological properties of the Aloe plant, its phytochemical composition, distribution in the world and in Azerbaijan, use in medicine, especially for sore throat, eye diseases, infectious diseases, periodontitis, infectious diseases, especially dysentery and diphtheria, dental diseases, and at the same time cosmetics. In addition, its use for all types of hepatitis gives good results; the use of the gel protects liver cells from decay, gradually softens the hardened liver, reduces high levels of low-density cholesterol, reduces lipoprotein and bilirubin. The article also provides examples of several medicinal recipes.

**УДК 635.9**

### **Введение**

Алоэ - суккулентное растение, принадлежащее к семейству Асфоделины группы Спаржевые царства растений. Распространён в жарких странах. В естественном состоянии наиболее распространён в юго-восточной части Африки, на Аравийском полуострове, Мадагаскаре и в других полупустынных местах. В Азербайджане на Апшероне выращивается в теплицах. Существует более 500 видов. Наиболее культивируемым видом является алоэ древовидное. Размножается семенами и

черенками. У него красивые красные и жёлтые цветы. Алоэ может жить в условиях, когда другие растения увядают и умирают. В экстремальных ситуациях это растение закрывает поры, удерживая влагу. Корневая система развита слабо. Стебель травянистый, укорочённый. Диаметр розетки листьев достигает 60 сантиметров. Листья разноцветные, с колючими краями. Цветки трубчатые, оранжевого или желтовато-оранжевого цвета [3, с. 346]. Среди различных видов *Aloe vera* (L.) Burm. F. считается самым популярным растением для исследований и в сфере коммерции.

## Актуальность

*Aloe vera* (L.) Burm. F. -- Aloe настоящее очень водянистое растение. Количество сухих веществ варьируется от 0,5 до 1%. Различные части растения содержат около 75 питательных веществ и 200 активных соединений. Кора и гель составляют основную массу всего листа. В пересчёте на сухое вещество он состоит из 55% полисахаридов, 17% сахаров, 7% белков, 4% липидов, 16% минеральных веществ, 1% фенольных соединений и различных витаминов, в том числе витаминов А, С, Е, В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>. *Aloe vera* (L.) Burm. F. - это растение, которое не требует ежедневного полива (рис 1.). Даже при чрезмерном поливе корни могут быстро гнить. По этой причине перед поливом необходимо убедиться, что почва полностью сухая. Кроме того, необходимо выбирать для полива одни и те же часы дня и каждый раз наполнять ёмкость с использованной водой одним и тем же объёмом. Зимой достаточно поливать меньше, чем летом (1 раз в неделю). В летние месяцы поливать необходимо ежедневно или хотя бы 2 раза в неделю, если почва быстро высыхает, то каждый день. Один из самых важных моментов, на который следует обратить внимание при поливе, - это то, чтобы вода не касалась листьев. Если листья намочнут, растение может начать гнить [4, с. 238].

## Цели, задачи, материал и методы

Целью научно-исследовательской работы является изучение растения алоэ его полезные свойства и применения в медицине. Так как алоэ обеспечивает организм минералами и витаминами. Анализ экстракта *Aloe vera* был проведен при помощи газового хроматографа марки «Kristal» 2000 M. Анализ выявил состав эфирных масел в который входят  $\alpha$ - pinen, 0,08% sabinen, 0,44%  $\beta$ -pinen, 0,07% mirsen, 0,74% carene 3, 0,09%  $\alpha$ -terpinen, 0,65%  $\mu$  terpinen, 0,102% terpinolen, 0,047% linalool, 47,844% cariophyllen, 0,809% terpinen-4-ol, 0,119% citronelol, 0,127% estragol, 0,448% mirtenol, 0,144% nerol, 0,353% heraniol, 0,640% camphor, 0,028% cytronell butirat, 0,029%  $\alpha$ - terpinel aсетат, 0,020% heranyl oleat, 0,028% cytronell tyglat, 0,081% 2-phenil ethyl tyglat.

Обилие этих веществ в организме приводит к усилению иммунитета и к стойкости организма к болезням.

- Уменьшает последствия псориаза;
- Препятствует прогрессированию онкологических заболеваний;
- Снижает радиацию в окружающей среде;
- Полезно при сахарном диабете;

- Устраняет прыщи;
- Придает блеск волосам;
- Устраняет раздражение желудка;
- Применяется при воспалении глаз (конъюнктивите);
- Заживляет раны на коже головы;

### Научная новизна

Лекарственные средства, полученные из листьев алоэ, широко применяются при лечении кожных, желудочно-кишечных, костно-суставных и глазных заболеваний. При наружном применении сок алоэ оказывает антисептическое, противовоспалительное и ранозаживляющее действие. Так же был проведен биохимический анализ экстракта *Aloe vera* и выявлен его химический состав.

### Результаты, выводы

Листья алоэ можно собирать в любое время года. Но если нажать на лист размером менее 15 см, чтобы отжать сок, вы не сможете получить столько сока, сколько захотите. Не следует употреблять сок в течение нескольких часов [2, с. 169-173]. Потому что это снижает его полезные свойства. В случае порезов остановить слабое кровотечение можно, приложив алоэ к месту травмы. Сок алоэ способствует омоложению и регенерации кожи. Его сок используют при приготовлении лечебных кремов, мазей, лосьонов и шампуней. Сок алоэ также широко используется при приготовлении спиртовых эссенций, концентратов и компрессов. Это растение используется не только в косметологии, но и в фармакологии для приготовления лекарств на натуральной основе. Алоэ защищает организм от воздействия рентгеновских лучей и выводит из организма радиоактивные вещества. Он также помогает регенерации кожи при солнечных ожогах [5, с. 333].

Так, восстанавливает солнечные и другие термические ожоги, а также повреждения кожи онкологических больны после лучевой процедуры. Для лечения используют свежий сок алоэ, который наносят на кожу несколько раз в день. Сок алоэ также лечит заболевания желудочно-кишечного тракта, оказывая обезболивающее действие при приеме внутрь. Для лечения ангины, простуды, заболеваний ушей и глаз (конъюнктивит, блефарит) сок этого растения смешивают с кипяченой водой в соотношении 1:1 и полученной смесью полоскают горло или промывают глаза. При лечении инфекционных заболеваний, особенно дизентерии и дифтерии, очень полезен прием сока алоэ 1-2 раза в день за 30 минут до еды по 1 чайной ложке каждый раз [6, 15099]. Компрессы сока алоэ применяют при лечении воспалений сосудов, пародонтита, зубной боли. При этом для усиления эффекта можно принимать внутрь по 1 чайной ложке сока алоэ 2-3 раза в день. Его следует использовать в течение длительного времени, делая компрессы на ночь. Главное, лечение не следует затягивать, начинать лечение необходимо сразу при появлении первых симптомов. Кроме того, тампон, смоченный соком алоэ, применяют на ночь при воспалении яичников, матки, матки, эрозии шейки матки.

Сок алоэ принимают внутрь 3 раза в день за 30 минут до каждого приёма пищи по 10 капель каждый раз при нарушении менструального цикла. Хорошие результаты даёт его применение при всех видах гепатита, употребление геля предохраняет печень от распада, медленно размягчает затвердевшую печень, снижает повышенный уровень холестерина и билирубина. Гель алоэ также полезен диабетикам, так как известно, что при использовании алоэ быстрее заживают раны, а также предотвращается и нормализуется уровень сахара в крови. Алоэ улучшает кровообращение и очень эффективно действует при нарушениях кровообращения, вызванных диабетом и болезнью Рейно. Сок алоэ оказывает положительное воздействие при язвенной болезни желудка и двенадцатиперстной кишки. Итак, самые толстые листья, расположенные в нижней части растения, срезают, моют, сушат и хранят в холодильнике неделю-месяц. В этот период полезные вещества в его составе становятся более активными. Листья нарезают небольшими кусочками и пропускают через блендер, полученную смесь процеживают через сито. Оставшуюся часть выбрасывать не обязательно, так как её можно добавлять в состав масок, наносимых на кожу. Полученный сок сливают в миску и выжимают в него 2 лимона. В смесь добавляется 100 грамм чистого мёда. Полученную смесь используют после 1 месяца хранения в холодильнике [1, 449]. Особенно хороший результат даёт его применение при желудочно-кишечных заболеваниях. Возьмите 2 столовые ложки муки, залейте её водой, добавьте сок алоэ и смешайте с шампунем. Выпадение волос предотвращается при мытье волос этим раствором. Когда смесь сока алоэ, молока и мяты заливают горячей водой и принимают ванну, кожа омолаживается, повышается её эластичность. Сок алоэ также широко используется в химической промышленности. Его широко используют при приготовлении многих скрабов, лосьонов, шампуней, бальзамов, гелей и масок. Сок алоэ оказывает омолаживающее действие на кожу, способствует восстановлению коллагеновых волокон, которые являются «каркасом» кожи. По этой причине его включают во многие антивозрастные продукты.

Лосьон можно приготовить и для проблемной кожи. Большой лист алоэ очищают, пропускают через блендер и добавляют к нему 50 г медицинского спирта. Через 1 сутки раствор хорошо фильтруют через несколько слоёв фильтра. Лосьон наносится только на проблемные зоны. Впервые лосьон следует протестировать на небольшом участке кожи, его можно использовать если нет покраснений и аллергической реакции.

## **Заключение**

Научно-исследовательская работа проведённая на территории сада АМЕА Нахичевани. Изучены лекарственные свойства алоэ, выявлено, что это растение является перспективным и рекомендуется для использования в традиционной медицине и имеет широкий спектр воздействия

## **Литература:**

1. Гумбатов Х.С. Баширов В.В., Мохумаев В.Р. Масличные и эфирные растения. Баку: 2016, с. 169-173.
2. Ибадуллаева С.К., Кахраманова М.С. Таинственный мир растений. Баку: 2016, стр. 333.
3. Ибадуллаева С.С., Алекперов Р.А. Лекарственные растения (Этноботаника и фитотерапия). Баку: Эльм, 2013, 331 с.
4. Красная книга Азербайджанской ССР. Баку: Свет, 1989. 544 с.

5. Мустафаева И.Р., Ибадуллаева С.С., Алекперов Р.А. Фармакогнозия с основами ботаники, Нахчыван: Издательство Асамі, 2015, 647 с.
6. Alakbarov R.A. Biomorphologic and Therapeutic Features of the Kinds Included into *Stachys L. Species of Nonstringings (Lamiaceae Lindl.) Family Widely Spread in Flora of Nakhchivan Autonomous Republic Azerbaijan*. *European Academic Research Vol. II*, ISSUE 12/ March 2015, Impact factor: 0.1, Dri Value: 5.9 (b+), ISSN 2286-4822, 15099-150111

## ЭКОНОМИКА

### АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПЛАТНЫХ СКОРОСТНЫХ ДОРОГ В РОССИИ

***Афонин Дмитрий Валерьевич***

Гжельский государственный университет  
Магистрант

***Кузьменкова Вера Георгиевна, доктор экономических наук, профессор,  
Гжельский государственный университет***

***Ключевые слова:*** платные автомобильные дороги; государственно-частное партнерство; разработка стратегии; инвестиционные проекты; внебюджетное финансирование; дорожное строительство; автоматизация дорог; инфраструктура

***Keywords:*** toll roads; public-private partnership; strategy development; investment projects; extra-budgetary financing; road construction; road automation; infrastructure

***Аннотация:*** Целью работы является анализ проблем и перспектив развития отечественных скоростных дорог для выявления резервов совершенствования соответствующих стратегий. Развитие экономики страны и рост ВВП невозможно обеспечить без развитой сети скоростных дорог, которых в России пока довольно мало по сравнению с ведущими странами. Строительство таких дорог требует масштабных инвестиций. Анализируются программы по строительству платных скоростных дорог с привлечением инвестиций частного сектора.

***Abstract:*** The purpose of the work is to analyze the problems and prospects for the development of domestic expressways in order to identify reserves for improving relevant strategies. The development of the country's economy and GDP growth cannot be ensured without a developed network of highways, of which there are still quite few in Russia compared to leading countries. The construction of such roads requires large-scale investments. Programs for the construction of toll highways with the attraction of private sector investments are analyzed.

## УДК 33

**Введение.** Транспортная инфраструктура страны является ключевым элементом национальной экономики, что требует пристального внимания к проблемам ее развития. В составе такой инфраструктуры одну из ведущих ролей играют автомобильные дороги, без которых невозможно существование современного государства.

В России автомобильные дороги развиваются в основном за счет государственного финансирования. Однако возможности государственного бюджета являются объективно ограниченными, что требует поиска компромисса или кооперации с негосударственными источниками финансирования.

Возможности такой кооперации для строительства и развития современных автомагистралей является актуальным направлением современных исследований.

Кооперация государственных источников финансирования строительства автомагистралей с негосударственными, как один их компромиссов, делает необходимым платным проезд по таким дорогам. Кроме того, на пути развития такой кооперации возникают новые современные проблемы, которые следует выявлять и разрабатывать механизмы их нейтрализации.

Статус автотрасс в России постепенно меняется. Поездку по дороге все чаще воспринимают в качестве инфраструктурной услуги, когда пользователи должны получить как комфортную поездку без пробок, остановок и на высокой скорости. В дополнение к этому автомобилисты ожидают устойчивый сигнал связи, высокий сервис на автозаправочных станциях и широкий спектр услуг на многофункциональной зоне. Автотрассы становятся во многом классической услугой, которая предлагается автомобилистам.

Госкомпания «Автодор» является крупнейшим участником сектора развития платных скоростных дорог. В этом секторе представлен ряд других компаний, в частности, «Главная дорога», «Национальная концессионная компания». Государственная компания «Российские автомобильные дороги» («Автодор»), созданная в 2009 году, занимается проектированием, строительством, реконструкцией, ремонтом и содержанием дорог, находясь в управлении Минтранса.

В связи с этим исследование стратегии Госкомпании «Автодор» имеет большое значение, так как во многом это становится исследованием стратегии всего сектора. «Автодор» ведет свою деятельность в рамках Стратегии развития сети скоростных автомобильных дорог Российской Федерации до 2035 года, в которой определены базовые понятия и ориентиры целевой конфигурации сети скоростных трасс и ее основные параметры. Документ раскрывает цели и принципы развития сети платных автотрасс в России.

Данная стратегия реализуется на протяжении нескольких лет и влечет изменение привычного всем восприятия дороги. Дорога дает возможность горожанам быстрого доступа из крупных городов к туристическим объектам, в рекреационные зоны. В свою очередь жители пригорода получают оперативный доступ к рабочим местам в мегаполисах. Это уже открывает дополнительные возможности для бизнеса, в том

числе туризм, производство продуктов питания и т.д., повышает спрос на товары и услуги.

**Актуальность темы.** Развитие экономики страны и рост ВВП невозможно обеспечить без развитой сети скоростных дорог, которых в России пока довольно мало по сравнению с ведущими странами.

**Целью работы** является анализ проблем и перспектив развития отечественных скоростных дорог для выявления резервов совершенствования соответствующих стратегий.

**Научная новизна** работы заключается в уточнении проблем и актуальных перспектив реализации стратегий развития отечественных скоростных дорог.

### **Результаты.**

Несмотря на платность отдельных автомагистралей, как показала практика, ряд из них являются очень востребованными.

Среди платных магистралей в 2022 году наиболее популярными были участки М-4 «Дон» от Москвы до побережья Черного моря. Вторым по популярности стал отрезок дороги М-1 «Беларусь» в Московской области. Среднесуточный трафик составил более 25 тыс. машин на трассе М-1 в Подмоскovie и около 24 тыс. автомобилей на трассе М-4 «Дон». Среднесуточная интенсивность движения на дороге М-11 «Нева» (Москва - Санкт-Петербург) достигла уровня 15 тыс. транспортных средств, что сравнимо с интенсивностью движения на ЦКАД.

Растет трафик платных участков автомагистралей. Всего через рамки системы «Свободный поток», которая обеспечивают безбарьерное взимание платы на отдельных дорогах, совершено более 242 млн проездов — это на 13,3 % больше, чем годом ранее [1].

Следует сказать, что платным автомагистралям всегда есть альтернатива. Автомобилисты могут воспользоваться альтернативными маршрутами, однако они или загружены или менее выгодны по расстояниям.

Новые платные скоростные автомагистрали в кооперации с негосударственным капиталом проектируются как дополнительные к существующим, но скоростные и оптимальные с точки зрения маршрута. Иначе на платной основе автовладельцам не имеет смысла ими пользоваться.

Сегодня в России свыше 5 тысяч километров скоростных автомобильных дорог. К 2035 году их может быть уже более 7000 км. Сеть скоростных автобанов протянется от Балтийского моря до Черного моря [2]. По данным исследования «Открытие Авто», 53% российских автовладельцев уже пользуются платными трассами с разной степенью интенсивности [3]. При этом опрос, проведенный Национальным автомобильным союзом совместно с маркетинговым агентством FDF Group, выявил, что 37% участников положительно оценивают их наличие, что можно рассматривать как достаточно позитивный фактор [4].

Развитие скоростных автомагистралей признано важным направлением на государственном уровне. Участники сектора добились здесь прорыва благодаря использованию механизма государственно-частного партнёрства.

Исполнителями программы развития скоростных автомобильных дорог в России и в частности подпрограммы развития федеральной сети скоростных автомобильных дорог выступают ГК «Автодор» и Федеральное дорожное агентство. Все эти программы рассматриваются также в едином Координационном органе по реализации Программы при Президенте РФ. Стратегия развития сети скоростных автомобильных дорог ГК «Автодор» до 2030 года уточняет положения «Транспортной стратегии Российской Федерации» в части ключевых задач и основных целевых индикаторов деятельности ГК «Автодор» по развитию национальной опорной сети скоростных автомобильных дорог России в горизонте до 2030 года.

То есть у государства есть генеральный план и стратегия развития соответствующей инфраструктуры в кооперации с негосударственным капиталом. Таким образом, подобные проекты опираются на административную господдержку, и в этом смысле нет риска негативного влияния со стороны властей.

Однако в такой кооперации есть и негативные стороны и проблемы. Если говорить про негосударственные деньги, то основным источником привлечения являлись эмиссии облигаций, которые хорошо реализовывались при условии низкой ключевой ставке Банка России. Когда такая ставка поднялась более чем вдвое, данный источник денег является проблематичным.

Многие подобные проекты окупаются через несколько десятилетий в силу своего масштаба и другой специфики. Поэтому повысить окупаемость проектов не позволит даже повышение платы за пользование такими автодорогами.

Несмотря на имеющиеся проблемы, «Автодор» продолжает разрабатывать стратегии развития, определять миссию, генеральные цели, задачи и индикаторы. Процесс идет, в котором учитываются имеющиеся проблемы и трудности, делаются попытки нахождения компромиссов.

Например, в качестве миссии компания обозначает «удовлетворение общественного спроса на предоставление качественной инфраструктурной услуги скоростного автодорожного сообщения».

Это естественно, потому как за деньги пользователь должен получить лучшую альтернативу – более высокое качество, оптимальный маршрут или скорость, а, значит время и деньги.

Качество и экономия времени – пока что в почете в крупных городах, мегаполисах, где имеются сложности с перегрузкой имеющейся транспортной инфраструктуры.

О большой важности разработки стратегии свидетельствуют ее цели. В стратегии должна быть сформирована система долгосрочных стратегических приоритетов и целевых ориентиров для рынка по развитию сети скоростных автодорог и ГЧП в дорожном хозяйстве. Кроме того, в стратегии определяются целевые технические параметры и целевую конфигурацию (схему) скоростных автомобильных дорог

Российской Федерации. Целью стратегии является также зафиксировать долгосрочные финансовые обязательства Государственной компании по концессионным, инвестиционным, операторским и иным видам соглашений ГЧП, исполнение которых выходит за временные рамки Программы деятельности ГК «Автодор». Помимо этого стратегия должна определить долгосрочные целевые индикаторы и показатели развития ГК «Автодор».

В документе обозначаются стратегические инфраструктурные и инвестиционно-финансовые цели. Инфраструктурная цель заключается в обеспечении создания и эффективного функционирования национальной сети скоростных автомобильных дорог.

Инвестиционно-финансовая цель подразумевает обеспечение минимизации бюджетных расходов на создание и текущее финансирование автомобильных дорог за счет повышения эффективности дорожной деятельности и привлечения внебюджетного финансирования.

Ключевыми задачами в рамках инфраструктурной цели является реализация портфеля проектов сети, повышение емкости и развитие рынка дорожно-строительных, эксплуатационных работ, рост их технологического уровня и качества, обеспечение привлекательности автомагистралей и скоростных автодорог для пользователей, а также создание эффективной системы управления сетью.

Стратегия описывает ключевые задачи и в рамках инвестиционно-финансовой цели. Это обеспечение эффективного планирования и расходования бюджетных средств за счет внедрения инновационных технологий, реализация коммерчески и общественно обоснованных механизмов сбора платы за проезд, создание рынка проектов автомагистралей и скоростных автодорог, реализуемых в соответствии с лучшими практиками ГЧП, участие в создании институциональных и правовых условий для функционирования сети.

В ключевых параметрах стратегии развития сети скоростных автомобильных дорог ГК «Автодор» на период до 2030 г. обозначены капитальные затраты (в ценах 2010 года) 4, 65 трлн руб., где субсидии из федерального бюджета составляют 45%, а внебюджетное финансирование 55%. Линейка инвестиционных проектов превышает 80 объектов. Ожидаемая общая протяженность автомобильных дорог в доверительном управлении к 2030 г. составит 12 000 км, в том числе будет реконструировано автомобильных дорог 2 000 км и будет построено автомобильных дорог 6 000 км. И самый знаковый показатель — доля платных участков дорог в общей протяженности сети достигнет 75%.

Формирование доходной базы ГК «Автодор» до 2030 года планируется в размере не менее 1,7 трлн руб. до 2030 г. за счет доходов по доверительному управлению и собственных доходов. Экономия расходов федерального бюджета рассчитывает в размере не менее 5 трлн руб. или 64%. Общая потребность в финансировании до 2030 года составит 7,8 трлн руб., включая 5,1 трлн руб. капитальных вложений и 2,7 трлн руб. текущих затрат на эксплуатацию создаваемой национальной опорной сети автомагистралей и скоростных автомобильных дорог.

Источники внебюджетного финансирования инвестиционных проектов ГК «Автодор»: прямые заимствования, в том числе облигационные займы, включая механизм

привлечения средств пенсионных фондов, кредитование, собственные средства частных инвесторов (акционерное финансирование) и др.

Эффект от реализации к 2030 г. должен включать создание сети автомагистралей и скоростных автомобильных дорог протяженностью свыше 12 000 км. В этой связи важно учесть макроэкономические и численные показатели населения. Объем ВВП регионов, которых соединит сеть таких дорог, составляет 80% от общероссийского. В этих регионах проживает 70% населения страны. Это особенно важно, если учесть, что экономические потери от несоответствия уровня развития автодорог потребностям экономики достигают ежегодно около 2-3% ВВП [5].

Соответствие всем технико-эксплуатационным стандартам и требованиям к безопасности составляет одно из условий возведения сети. Задействование механизмов государственно-частного партнерства.

### **Выводы.**

На фоне санкционного давления и жестких макроэкономических условий в настоящее время расширение сети скоростных с использованием механизмов государственно-частного партнерства позволит достичь необходимого эффекта.

Выявленные проблемы реализации стратегий строительства платных скоростных дорог и повышение доступности финансирования позволит в дальнейшем разрабатывать гибкие механизмы их нейтрализации.

### **Литература:**

1. В «Автодоре» назвали самые популярные платные дороги. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.ati.su/news/2023/02/08/v-avtodore-nazvali-samye-populjarnye-platnye-dorogi-374067/> (Дата обращения: 15.12.2023)
2. Стратегию развития скоростных дорог России обсудили на НТС Госкомпании «Автодор». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.russianhighways.ru/press/news/55881/> (Дата обращения: 15.12.2023)
3. «Открытие Авто»: большинство автовладельцев готовы платить за проезд по платной трассе не более 500 рублей. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.open.ru/about/press/47720> (Дата обращения: 15.12.2023)
4. За проезд! Кому выгодны платные дороги. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/opinions/18552195> (Дата обращения: 15.12.2023)
5. Деньги на ветерок. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3053356> (Дата обращения: 15.12.2023)

# ЭКОНОМИКА

## РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Жедик Лилия Дмитриевна*  
Полесский Государственный Университет  
студент

*Головей Анастасия Витальевна, студент; Давыдова Наталья Леонтьевна,  
кандидат экономических наук, доцент кафедры банкинга и финансовых  
рынков, Полесский государственный университет*

**Ключевые слова:** банковское кредитование; банковский кредит; кредитные риски; кредитный рынок; кредитополучатель; денежно-кредитная политика; банковский сектор; банковские риски

**Keywords:** bank lending; bank credit; credit risks; credit market; borrower; monetary policy; banking sector; banking risks

**Аннотация:** В статье рассматривается сущность кредитного рынка, объемы кредитования банками Республики Беларусь за 2019-2021 гг., проблемы и пути совершенствования банковского кредитования.

**Abstract:** The article examines the essence of the credit market, the volume of lending by banks of the Republic of Belarus for 2019-2021, the problems and ways of improving bank lending.

**УДК 336.717.061**

**Введение:** Банковский кредит является финансовым инструментом, предоставляемым коммерческими банками для временного доступа к денежным средствам клиента.

**Актуальность:** Рынок кредитования играет важную роль в финансовой сфере и характеризуется разнообразием участников и форм сделок, что позволяет говорить о нем как о сложном, неоднородном и многофункциональном сегменте финансового рынка. Анализ объемов кредитования позволит выявить тенденции развития банковского кредитования.

**Цель исследования:** Анализ объемов кредитования, выявление проблем и основных тенденций развития банковского сектора.

**Научная новизна:** Анализ объемов банковского кредитования в конкретных периодах времени позволяет увидеть уровень активности и изменения ситуации на рынке кредитных ресурсов в Беларуси. Это может быть полезной информацией для исследователей, который поможет лучше понять механизмы и влияние кредитного рынка на экономику страны.

Кредитный рынок представляет собой совокупность экономических отношений, связанных с покупкой и продажей ссудного капитала в целях обеспечения непрерывности процесса воспроизводства и удовлетворения потребностей государства и населения в данной сфере. Можно также выделить еще одно определение кредитного рынка — это совокупность кредитно-финансовых организаций, валютных и фондовых бирж, осуществляющих посредничество при движении временно свободных средств от продавцов к покупателям [1, с.21].

Банковское кредитование оказывает существенное влияние на развитие экономики Республики Беларусь, являясь средством экономической поддержки населения и многих предприятий, тем самым положительно влияя на развитие и совершенствование деятельности отраслей национальной экономики. Проанализируем объемы банковского кредитования в Республике Беларусь за 2019 – 2021 гг. (Таблица 1).

**Таблица 1. Динамика объемов кредитования физических и юридических лиц банками Республики Беларусь за период 2019-2021 гг.**

| Показатели            | Сумма, тыс. руб. |          |          | Отклонение, тыс. руб. |           | Темпы роста (снижения), % |           |
|-----------------------|------------------|----------|----------|-----------------------|-----------|---------------------------|-----------|
|                       | 2019 г.          | 2020 г.  | 2021 г.  | 2020 г. /             | 2021 г. / | 2020 г. /                 | 2021 г. / |
|                       |                  |          |          | 2019 г.               | 2020 г.   | 2019 г.                   | 2020 г.   |
| ОАО "АСБ Беларусбанк" | 20603826         | 27314417 | 29311485 | 6710591               | 1997068   | 132,57                    | 107,31    |
| ОАО "Белагропромбанк" | 6084854          | 7657992  | 8736113  | 1573138               | 1078121   | 125,85                    | 114,08    |
| ОАО "Белинвестбанк"   | 2240500          | 2764249  | 2923958  | 523749                | 159709    | 123,38                    | 105,78    |
| ОАО "Технобанк"       | 330798           | 383303   | 342371   | 52505                 | -40932    | 115,87                    | 89,32     |
| ОАО "Сбер Банк"       | 2754709          | 2763731  | 2576785  | 9022                  | -186946   | 100,33                    | 93,24     |
| ОАО "Белгазпромбанк"  | 2714455          | 2175621  | 1971548  | -538834               | -204073   | 80,15                     | 90,62     |
| ЗАО "Альфа-Банк"      | 1636584          | 2113648  | 2412465  | 477064                | 298817    | 129,15                    | 114,14    |
| ОАО "Паритетбанк"     | 238375           | 367091   | 361269   | 128716                | -5822     | 154,00                    | 98,41     |
| ОАО "Банк БелВЭБ"     | 3002322          | 3116721  | 2734973  | 114399                | -381748   | 103,81                    | 87,75     |
| ЗАО "МТБанк"          | 932235           | 1111747  | 1309036  | 179512                | 197289    | 119,26                    | 117,75    |
| Прочие банки          | 10049195         | 13062511 | 14460161 | 3013316               | 1397650   | 129,99                    | 110,70    |

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2]

Данные таблицы позволяют сделать вывод, что наибольшим спросом пользуются кредитные продукты ОАО «АСБ Беларусбанк», который за рассматриваемые три года предоставил наибольший объем кредитных ресурсов: в 2019 – 20603826 тыс. руб., 2020 – 27314417 тыс. руб., в 2021 – 29311485 тыс. руб. Второе место по объему выданных кредитов занимает ОАО «Белагропромбанк», который разместил за 2019 год сумму 6084854 тыс. руб., за 2020 – 7657992 тыс. руб., за 2021 – 8736113 тыс. руб. Также в десятке лидеров находится ОАО "Белинвестбанк"; ОАО "Технобанк"; ОАО "Сбер Банк"; ОАО "Белгазпромбанк"; ЗАО "Альфа-Банк"; ОАО "Паритетбанк"; ОАО "Банк БелВЭБ"; ЗАО "МТБанк". Также стоит отметить, что за анализируемый период наблюдалась отрицательная динамика по таким банкам как ОАО "Белинвестбанк", ОАО "Технобанк", ОАО "Сбер Банк", ОАО "Белгазпромбанк", ОАО "Паритетбанк", ОАО "Банк БелВЭБ", ЗАО "МТБанк".

Однако, по состоянию на 14 октября 2022 года просроченная задолженность Республики Беларусь перед Международного банка реконструкции и развития (МБРР) составила 68,43 млн долларов США в эквиваленте. Основная сумма непогашенных кредитов МБРР составляет 967 миллионов долларов США, или 0,42 процента от общей суммы непогашенных кредитов МБРР. Результатом перевода кредитов МБРР в Беларусь в статус необслуживаемых является отчисление в доход в размере около 12,75 миллионов долларов США в эквиваленте [4].

Проблемы банковского кредитования в Республике Беларусь могут включать в себя следующие аспекты:

1. Низкая доступность для малого и среднего бизнеса – многие белорусские предприятия сталкиваются с трудностями при получении кредитов из-за высоких требований банков, сложного процесса оформления и несоответствия бизнес-проектов стандартам банковского кредитования.
2. Высокие процентные ставки ограничивают спрос на кредиты и затрудняют финансирование бизнеса. Это может быть вызвано высокой инфляцией и дорогим финансированием для банков.
3. Недостаточное развитие альтернативных источников финансирования – отсутствие разнообразия финансовых инструментов, поскольку корпоративные облигации, венчурное финансирование и т.п. ограничивают возможности предприятий получать финансирование и снижают конкуренцию на рынке.

Направления решения проблем банковского кредитования в Республике Беларусь могут включать:

1. Повышение доступности кредитования для малого и среднего бизнеса – упрощение процесса получения кредитов, снижение требований к подаче документов и разработка специальных программ кредитования для различных отраслей и видов предприятий.
2. Снижение процентных ставок – разработка мер по стабилизации инфляции, снижение банковских рисков, повышению прозрачности и эффективности банковской системы, а также обеспечению доступности дешевого финансирования для банков.
3. Развитие альтернативных источников финансирования – стимулирование развития рынка корпоративных облигаций, венчурного финансирования, создание специальных фондов поддержки предпринимательства и инноваций.

Эти направления помогут улучшить банковское кредитование в Республике Беларусь, снизить проблемы доступности и стоимости кредитования, а также способствовать развитию бизнеса и экономическому росту.

Согласно статистическим данным, кредитополучатели отдают предпочтение банкам, которые они предоставляют в области безопасности, финансового управления, кредитования, инвестиций и доверия. Банки играют важную роль в финансовой системе и являются ключевыми институтами для удовлетворения потребностей клиентов в финансовых услугах.

Развитие банковского кредитования в Беларуси за 2019-2021 годы было значительным. Кредитный рынок страны укрепился и имеет устойчивую тенденция роста.

В целях устойчивого развития банковского кредитования и поддержания финансовой стабильности в Республике Беларусь утверждены Основные направления денежно-кредитной политики Республики Беларусь на 2024 год.

Для достижения целей денежно-кредитной политики разработаны следующие мероприятия:

- Процентная политика будет направлена на обеспечение привлекательности сбережений в национальной валюте, что позволит банкам иметь достаточные ресурсы для финансирования экономики, а также доступности кредитов для предприятий и населения. Процентные ставки в экономике будут поддерживаться на положительном уровне в реальном выражении, а ставка рефинансирования Национального банка прогнозируется на уровне 9–9,5% годовых в среднем за 2024 год.

- Банковский сектор продолжит способствовать устойчивому экономическому развитию страны, предоставляя кредиты для финансирования экономической и инвестиционной деятельности, создавая для этого сбалансированную ресурсную базу.

- Требования банков к экономике вырастут минимум на 10%. Кредитование будет осуществляться преимущественно в национальной валюте [3].

Таким образом, можно сказать, что физические и юридические лица отдадут предпочтение банкам, которые они предоставляют в сферах безопасности, управления финансами, кредитования, инвестиций и доверия. Повышение эффективности кредитования в банках Республики Беларусь будет способствовать повышению капитализации банковской системы в целях снижения банковских рисков и, соответственно, повышения устойчивости деятельности банков и сокращения объемов просроченной кредитной задолженности.

#### **Литература:**

1. Давыдова Н.Л. Финансовые рынки: учебно-методический комплекс / Н.Л. Давыдова, В.С. Сергеук. - Пинск: ПолесГУ, 2023. - 140 с.
2. Бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках [Электронный ресурс]. – Официальный сайт Национального Банка Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/system/Banks/FinancialPosition/BalanceSheet/?bank=108&yr=2016&quarter=4>. – Дата доступа: 01.11.2023.
3. Основные направления денежно-кредитной политики Республики Беларусь на 2024 год [Электронный ресурс]. – Официальный сайт Национального Банка Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/Legislation/Documents/ondkp2024.pdf> - Дата доступа: 04.11.2023
4. <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2022/10/17/world-bank-places-loans-to-the-republic-of-belarus-in-non-performing-status> - Дата доступа: 19.01.2024

# ЭКОНОМИКА

## ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НА МАТЕРИАЛАХ ОАО «КОММУНАРКА»

**Зновец Елена Юрьевна**

Полесский государственный университет  
студент

**Бухтик Марина Игоревна, кандидат экономических наук, доцент кафедры  
финансового менеджмента, Полесский государственный университет**

**Ключевые слова:** дебиторская задолженность; активы организации; абсолютный и относительный прирост

**Keywords:** accounts receivable; assets of the organization; absolute and relative growth

**Аннотация:** Статья посвящена анализу и управлению дебиторской задолженности ОАО «Коммунарка».

**Abstract:** The article is devoted to the analysis and management of accounts receivable of SOAO "Kommunarka".

**УДК 65.3977**

**Введение.** Управление дебиторской задолженностью является разнонаправленным процессом: с одной стороны, она позволяет увеличивать количество продаж; с другой стороны, необоснованный рост может привести к проблемам с оплатой по своим обязательствам

**Актуальность** статья исследования связана с тем, что управление дебиторской задолженностью является составной частью общей системы управления оборотными активами коммерческой организации

**Цель** анализа эффективности управления дебиторской задолженности разработать направления его совершенствования.

**Научная новизна** данной статьи заключается в использовании комплексных мероприятий, а также анализе эффективности дебиторской задолженности предприятия.

Предприятие «Коммунарка» является один из крупнейших производителей кондитерских лакомств в Республике Беларусь, любимый многими поколениями. На протяжении многих лет кондитерская компания постоянно удивляет всех сладкоежек разными вкусами: от традиционных конфет до популярных лакомств с многослойными начинками из желе, нуги, суфле, мягкой карамели, шоколада с

изумительными сочетаниями вкусов, сохраняя при этом вековую верность традиции использования натуральных и качественных видов продуктов.

Организация специализируется на выпуске шоколада, конфет, ириса и многих всеми любимых лакомств. Предприятие оснащено современными высокотехнологичными автоматизированными оборудованьями для производства кондитерских изделий.

Ассортимент выпускаемой продукции насчитывает более 300 наименований.

Основными задачами и функциями «Коммунарка» являются:

- Производить конкурентоспособную, высококачественную и надежную продукцию, чтобы максимально соответствовать потребностям и ожиданиям клиентов, обеспечивая при этом безопасные условия труда для персонала и снижая существующее воздействие на окружающую среду.;
- Выполнение установленных законов, правил и других обязательных требований, касающихся качества и угроз в области защиты, охраны труда и экологической безопасности.;
- Сохранение и расширение национальных и международных рынков;
- Постоянная подготовка и мотивация сотрудников, вовлечение персонала в процесс постоянного совершенствования систем управления;
- Постоянное увеличение результативности систем управления;
- Обеспечить доверие потребителей, строго соблюдая условия эксплуатации продукции с учетом защиты окружающей среды и здоровья человека.
- Открытость, прозрачность и простота информации [3].

Кондитерская компания «Коммунарка» по итогам на начало 2022 г. получила около 4 346 тысяч BYN чистой прибыли. Это намного меньше, чем на начало 2023 г., когда прибыли было 14 844 тысяч BYN., хотя выручка компании увеличилась с 247 385 тыс. BYN до 351 727 тысяч BYN [2].

Низкое финансовое состояние организации на данный период снизилось по причине разных пакетов санкций, ведь большинство продукции отправлялось за границу.

Дебиторскую задолженность входит в часть активов. Они показаны в таблице 1.

**Таблица 1. Абсолютный и относительный прирост дебиторской задолженности в структуре краткосрочных активах предприятия за 2022-2023 гг.**

| Наименование показателя             | 2022    | 2023    | Абсолютный прирост, в рублях | Относительный прирост, в % |
|-------------------------------------|---------|---------|------------------------------|----------------------------|
| Дебиторская задолженность тыс. рубл | 54 894  | 70 547  | 15 653                       | 128,51                     |
| Краткосрочные активы тыс. рубл      | 233 329 | 315 490 | 82 161                       | 133,93                     |

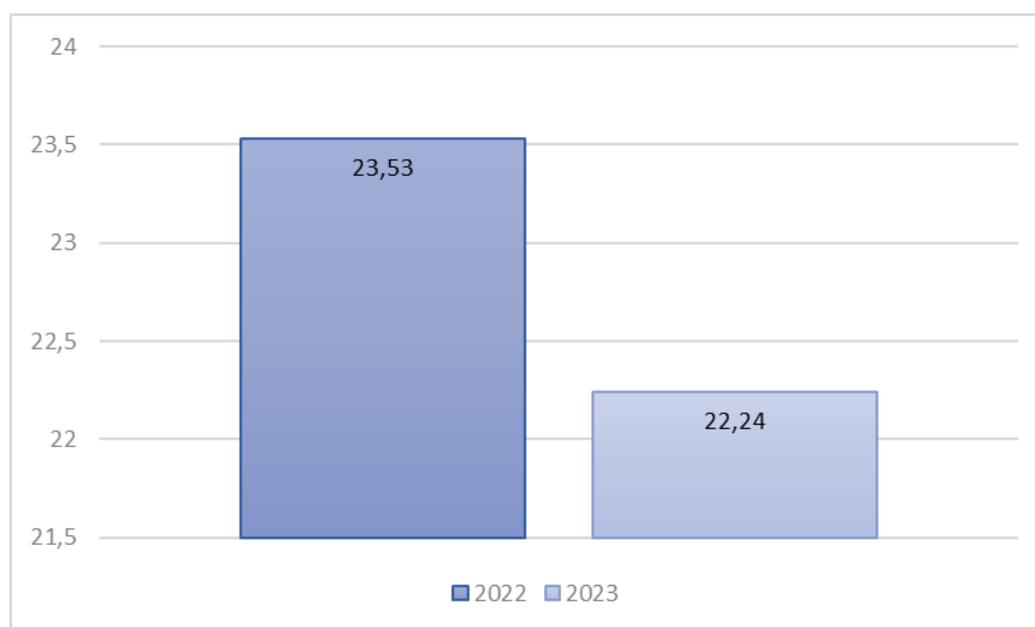
**Примечание – собственная разработка на основе Источника [2].**

В данный период наблюдается увеличение абсолютного прироста дебиторской задолженности на 15 653 рубля. В анализируемый год относительный прирост дебиторской задолженности увеличился на 28,51%.

Рост дебиторской задолженности может быть связан с значительными трудностями в реализации продукции, а также с ускоренными темпами наращивания объема продаж.

Представим данные о динамике дебиторской задолженности на рисунке 1.

**Рисунок 1. Доля дебиторской задолженности в краткосрочных активах СОАО «Коммунарка», в процентах.**



**Примечание - собственная разработка на основе Источника [2].**

Исходя из рисунка, доля дебиторской задолженности снизилась на 1,29% при увеличении краткосрочных активов.

Изучим динамику состава дебиторской задолженности СОАО «Коммунарка» по видам: краткосрочная и долгосрочная.

Рассмотрим состав дебиторской задолженности в таблице 2.

**Таблица 2. Состав дебиторской задолженности СОАО «Коммунарка».**

| Наименование показателя                         | 2022 год | 2023 год | Темп роста, %<br>2023/2022 |
|---|----------|----------|----------------------------|
| Долгосрочная дебиторская задолженность, рубль   | 374      | 296      | 79,14                      |
| Доля долгосрочная дебиторская задолженность, %  | 0,68     | 0,42     | -                          |
| Краткосрочная дебиторская задолженность, рубль  | 54 520   | 69 877   | 128,17                     |
| Доля краткосрочная дебиторская задолженность, % | 99,32    | 99,58    | -                          |
| Дебиторская задолженность - всего               | 54 894   | 70 173   | 127,83                     |

**Примечание - собственная разработка на основе Источника [2].**

Организация в 2023 году существенно увечило темп роста краткосрочной задолженности и снизила тем роста долгосрочной дебиторской задолженности. Дебиторская задолженность в анализируемом периоде составили 0,42%. Это ниже чем в 2022 году. В 2023 году краткосрочная дебиторская задолженность увеличилась на 0,26% и составила 99,58%.

Рассчитаем оборачиваемость дебиторской задолженности СОАО «Коммунарка» и сравним ее с предшествующим периодом.

**Таблица 3. Оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности СОАО «Коммунарка».**

| Наименование показателя                                 | 2022  | 2023  |
|---|-------|-------|
| Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности   | 4,51  | 4,50  |
| Период оборачиваемости дебиторской задолженности        | 80,99 | 81,12 |
| Коэффициент оборачиваемости краткосрочной задолженности | 9,10  | 19,17 |
| Период оборачиваемости краткосрочной задолженности      | 36,83 | 19,04 |

**Примечание - собственная разработка на основе Источника [2].**

Снижение оборачиваемости дебиторской задолженности по сравнению с 2022 годом является негативной тенденцией, свидетельствующей о снижении эффективности ее использования.

Сравнивая объемы дебиторской и кредиторской задолженности, видим, что суммы дебиторской задолженности превышает сумму кредиторской задолженности. Это показывает, что поступление средств от контрагентов быстрее, чем компания расплачивается по своей задолженности по кредитам.

Рассчитаем показатели эффективности дебиторской задолженности. К данным показателям относятся коэффициент отвлечения краткосрочных активов в дебиторскую задолженность [1, с. ]:

1. 01.01.2023 -  $K = \text{общ сумм ДЗ} / \text{КА} = (296+69877) / 140463 = 0.499$ .

2. 01.01.2022 -  $K = \text{общ сумм ДЗ} / \text{КА} = (374+54520) / 95746 = 0.573$ .

А также необходимо сделать расчет абсолютного и относительного прироста, который показан в таблице 4.

**Таблица 4. Расчет абсолютного и относительного прироста.**

| Показатели         | Метод расчета                            | Характеристика                                     |
|--------------------|--|--|
| Абсолютный прирост | $\Delta = 69173 - 54894 = 14189$         | В 14189 рублей увеличилась дебетовая задолженность |
| Относительный рост | $\text{Тр} = (69173/54894) * 100 = 1,26$ | 1,26 раз изменилось значение данного показателя.   |

**Примечание - Собственная разработка на основе Источника [2].**

Темп прироста = темп роста – 1 (100%) =  $1,26 - 1 = 0,26$  или 26%

На 26% увеличилась дебиторская задолженность на 31.12.2022, чем в предыдущем году. Увеличение дебиторской задолженности может привести к снижению платежеспособности организации, а также в будущем к банкротству.

Чем меньше сумма долгов контрагентов перед организацией и лучше оборачиваемость дебиторской задолженности, тем больше у неё свободных средств для операционной деятельности и развития. Из-за нехватки средств организация вынуждена обратиться к заёмным средствам (кредит) или другим альтернативным способам финансирования своей деятельности.

Для совершенствования управления дебиторской задолженности предлагаются следующие варианты (мероприятия):

1. Внедрение системы электронного обмена данными (EDI-система) с торговыми сетями на предприятии. EDI-система – модель взаимодействия, пришедшая на смену традиционному документообороту. Эта технология исключает ошибки, вызванные трудовым фактором и ручным введением информации, благодаря разработке электронных сообщений о заказе, отгрузке и приемке товаров. Система EDI также может осуществлять электронный документооборот;

2. Создание официальной рабочей группы для оперативного управления дебиторской задолженностью в компании и отдела, занимающегося обработкой и оформлением производственных товаров без возможности финансового погашения. Постоянная рабочая группа-это группа в организации, которая имеет конкретные цели и постоянно ставит перед собой задачи. Основная задача рабочей группы по

управлению дебиторской задолженностью – обеспечить выполнение поставщиками условий договоров и не допустить возникновения проблем с ликвидностью;

3. Формирование системы мотивации персонала, занимающегося управлением дебиторской задолженностью. Под системой мотивации персонала понимаются все методы и приемы, используемые в конкретной компании. На сегодняшний день известны два вида: 1) материальная (бонусы, премии) и нематериальная (удобный график);

4. Проводить более высококачественного контроля за дебиторской задолженностью;

5. Применять в организации современных форм рефинансирования дебиторской задолженности (факторинг, учет векселей, овердрафт);

Управление дебиторской задолженностью является важным аспектом финансовой деятельности любой организации независимо от ее размера или отрасли. Поэтому эффективное управление дебиторской задолженностью - важный шаг на пути к минимизации рисков и максимизации притока денежных средств.

Показано, что увеличение дебиторской задолженности может привести к снижению платежеспособности организации. Однако, ассортимент выпускаемой продукции "Коммунарка" насчитывает более 300 наименований шоколадной продукции. Исходя из этого банкротство предприятия - исключено при обеспечении следующих действий:

1. Установление условия оплаты (дата платежа, любые скидки, доступные для досрочных платежей, а также любые пени за просрочку платежа, проценты или штрафы, которые будут начисляться за просрочку платежа.);

2. Отслеживание счетов (использование бухгалтерского программного обеспечения, которое отслеживает, когда отправляются счета, когда наступает срок оплаты, и оптимизирует сопоставление платежей клиентов с неоплаченными счетами);

3. Обеспечение соблюдения платежной политики (автоматическое напоминание за несколько дней до наступления срока платежа, дополнительные электронные письма или звонки клиентам, как только их платеж становится просроченным.);

4. Разрешение платежных споров на ранней стадии (беседа с клиентом, профессиональное разрешение споров);

5. Предложение разных вариантов оплаты (дебетовые и кредитные карты, чеки и сторонние платежные платформы, такие как PayPal);

6. Реклама продукции предприятия «КОММУНАРКА» (СМИ, интернет, баннеры).

#### **Литература:**

1. Бухтик М.И. Финансовый менеджмент: учебно-методическое пособие/М.И. Бухтик . - Пинск: ПолесГУ, 2021.- 383 с.
2. СОАО Каммунарка [Электронный ресурс] – Режим доступа - <https://www.kommunarka.by/about/> – Дата доступа: 22.11.2023
3. Бухгалтерский баланс СОАО Каммунарка за 2022 г.

# ЖУРНАЛИСТИКА

## ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ НА ПОПУЛЯРИЗАЦИЮ СПОРТА В РОССИИ

**Шмакова Екатерина Сергеевна**

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени  
Н. П. Огарёва  
Студент, магистр

**Ржанова Светлана Александровна, доктор культурологии, профессор  
кафедры журналистики, ФГБОУ ВО Национальный исследовательский  
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва**

**Ключевые слова:** спорт; Россия; телевидение; онлайн; СМИ; газета; социальные сети

**Keywords:** sports; Russia; television; online; media; newspaper; social networks

**Аннотация:** Средства массовой информации (СМИ) сыграли огромную роль в популяризации российского спорта как внутри страны, так и за ее пределами. Благодаря телевидению, интернету, радио и прессе, спортивные события становятся доступными для миллионов людей. Разберемся как СМИ на самом деле влияют на популярность спорта.

**Abstract:** The mass media have played a huge role in popularizing Russian sports both inside and outside the country. Thanks to television, the Internet, radio and the press, sports events are becoming accessible to millions of people. Let's look at how the media actually affects the popularity of sports.

**УДК 070**

**Введение.** Современные СМИ играют важную роль в популяризации спорта. Они не только информируют зрителей и читателей о последних новостях и событиях, но и создают атмосферу энтузиазма и поддержки вокруг спортивных достижений. В России также наблюдается увеличение интереса к спорту благодаря активной деятельности медийных компаний.

**Актуальность.** Актуальность данной статьи заключается в том, что в настоящее время СМИ играют значительную роль в формировании общественного мнения и влияют на поведение людей. Спорт является важной частью культуры и общества, и его популяризация имеет большое значение для здоровья нации, спортивной индустрии и поддержания национальных спортивных достижений.

**Целью работы** является проведение анализа влияния различных средств массовой информации на формирование интереса к спорту в России, а также оценка их роли в продвижении спортивных событий, развитии спортивных культур и достижений.

**Научная новизна.** Статья предлагает анализ влияния медиа на формирование общественного мнения о спорте, спортивных личностях и событиях. Возможно, в статье будут рассмотрены новые методы измерения и анализа влияния СМИ на популяризацию спорта, включая использование аналитики и данных из социальных сетей.

Передачи, трансляции, статьи, обзоры – все это является неотъемлемой частью жизни современного человека. СМИ имеют огромное влияние на формирование общественного мнения и культурных предпочтений.[1] Появление новых технологий, таких как интернет и социальные сети, дает возможность получить информацию быстро и легко. Каждый может быть в курсе последних спортивных новостей и принять активное участие в общении на эту тему.

В России медийная индустрия активно развивается, а интерес к спорту растет с каждым годом. Телевидение играет особую роль в популяризации спорта – трансляции важных соревнований, специальные программы и интервью с известными спортсменами привлекают миллионы зрителей. Большое внимание уделяется не только футболу и хоккею, но и другим видам спорта – биатлону, легкой атлетике, теннису и даже шахматам.

Роль СМИ в развитии спорта в России неоспорима. Они оказывают значительное влияние на популяризацию и распространение информации о спортивных событиях, командах и спортсменах. Благодаря телевидению, радио, печатным изданиям и интернет-ресурсам люди могут следить за происходящим на спортивных аренах, получать актуальные новости, аналитические материалы и интервью.

СМИ предоставляют возможность зрителям участвовать в жизни спорта. Трансляции матчей, соревнований и чемпионатов позволяют болельщикам наслаждаться игрой прямо из своего дома или любого другого места. Также благодаря СМИ можно узнать о расписании будущих событий и приобрести билеты.[2]

Огромное значение имеют специализированные программы о спорте. Они не только рассказывают о результате матчей или головных тренерах, но и проводят интервью со спортсменами, делая их более доступными для широкой аудитории. Это позволяет зрителям узнать о трудностях, которые приходится преодолевать на пути к успеху, и вдохновиться их историей.

Телевидение является одним из самых мощных инструментов влияния на общественное мнение, и его роль в популяризации спорта в России не может быть переоценена. Благодаря телевизионным каналам, миллионы людей имеют возможность наблюдать за спортивными событиями прямо из своих домов.[3]

В первую очередь, телевидение создает эффектный и увлекательный образ спорта. Качественная трансляция спортивных событий с использованием современных технологий позволяет зрителям полностью ощутить атмосферу игры или состязания. Это в свою очередь вызывает интерес к спорту и стимулирует его популяризацию.

Кроме того, благодаря разнообразным программам и передачам о спорте на телевидении, зрители получают информацию о различных видах спорта, знакомятся с их правилами и особенностями. Это помогает расширить кругозор людей и может стать стимулом для начала заниматься конкретной дисциплиной.[4]

Еще один важный аспект влияния телевидения на популяризацию спорта - это создание героев. Телевизионные каналы акцентируют внимание на успешных спортсменах, рассказывают истории их достижений и поднимают интерес к конкретной личности

Онлайн-медиа играет важную роль в популяризации спорта в России. С развитием интернета и социальных сетей, люди получают возможность легкого доступа к информации о спортивных событиях и достижениях спортсменов. Онлайн-платформы, такие как спортивные сайты, видеохостинги и стриминговые сервисы, предлагают широкий выбор контента: записи матчей, интервью со спортсменами, обзоры событий и многое другое.

Благодаря онлайн-медиа стало проще следить за различными видами спорта. Люди могут выбрать для просмотра трансляцию футбольного матча или баскетбольной игры из любой точки мира. Прямые трансляции позволяют болельщикам насладиться атмосферой события даже не выходя из дома.

Кроме того, благодаря онлайн-медиа люди получают больше информации о тренировках, диете и здоровье спортсменов. Это стимулирует зрителей к занятиям спортом и ведению здорового образа жизни. Многие видеоблогеры и блогеры, занимающиеся спортом, делятся своим опытом и советами, мотивируя других к активной жизни

Социальные сети стали неотъемлемой частью жизни многих людей, и они играют значительную роль в популяризации спорта в России. Благодаря своей доступности и широкому охвату аудитории, социальные сети предоставляют возможность спортивным организациям, клубам и спортсменам привлекать внимание к своим событиям и достижениям.

В первую очередь, социальные сети позволяют быстро и эффективно информировать пользователей о предстоящих спортивных событиях. Организаторы могут создавать страницы или группы в социальных сетях, на которых будут публиковаться расписания матчей, результаты соревнований и другая актуальная информация. Пользователи могут подписываться на эти страницы или группы, чтобы всегда быть в курсе последних новостей.

Кроме того, социальные сети предоставляют возможность широкой аудитории делиться своими мыслями и эмоциями по поводу спортивных событий. Пользователи могут комментировать посты организаторов или делиться своими фотографиями и видео с матчей или тренировок. Это создает дополнительную атмосферу вокруг спортивных событий и стимулирует обсуждение.[6]

В данный момент все больше набирают популярность телеграмм-каналы спортивной тематики предоставляющие новый способ взаимодействия с аудиторией. В связи с ростом популярности мессенджера Telegram и увеличением количества его

пользователей, спортивные журналисты обратили внимание на это пространство для распространения своих материалов.

Введение в спортивные телеграмм-каналы - это новый тренд в журналистике, который отличается от традиционных СМИ. Каналы предлагают более непосредственное и быстрое информирование о последних новостях, результатах матчей, интервью с игроками и тренерами. Они также предоставляют возможность подписчикам задавать вопросы и комментировать посты.

Этот формат работы с аудиторией позволяет журналистам быть более гибкими и актуальными. Они могут оперативно реагировать на происходящие события и передавать информацию без задержек, что особенно ценно в быстро меняющемся мире спорта.

Однако использование телеграмм-каналов также представляет свои вызовы для журналистов. Необходимо постоянно обновлять контент и поддерживать активное взаимодействие с аудиторией. Требуется также умение адаптироваться к различным форматам - от текстовых постов до видеоматериалов

Спортивные телеграмм-каналы представляют собой новый формат журналистской работы с аудиторией, который имеет ряд преимуществ для и самого журналиста, и его читателей.

Во-первых, спортивные телеграмм-каналы обеспечивают быстрое и оперативное информирование о последних спортивных событиях.[6] Журналисты могут мгновенно публиковать новости, результаты матчей, интервью и аналитические статьи, что позволяет аудитории быть в курсе всех происходящих событий.

Во-вторых, такие каналы демонстрируют гибкость и доступность взаимодействия с аудиторией. Читатели могут комментировать посты журналистов, задавать вопросы или высказывать свое мнение. Это создает возможность для более активного участия читателя в процессе общения и формирования контента.

Кроме того, спортивные телеграмм-каналы позволяют журналистам создавать персональный бренд. Благодаря возможности публикации авторских текстов и фотографий, журналисты могут проявить свою индивидуальность и экспертность в определенной области спорта. Это помогает им привлекать больше читателей и установить личную связь с аудиторией

Создание и развитие успешного спортивного телеграмм-канала требует определенной стратегии и советов. Во-первых, важно определить целевую аудиторию и выбрать тематику канала, которая будет интересна и актуальна для потенциальных подписчиков. Затем необходимо создать качественный контент, который будет привлекать внимание читателей.

Одной из стратегий развития канала может быть регулярная публикация новостей, обзоров и аналитических материалов о спорте. Это поможет удерживать аудиторию и привлекать новых подписчиков. Также стоит уделить внимание взаимодействию с читателями – отвечать на комментарии, проводить опросы или конкурсы.

Важным моментом является продвижение канала. Расшаривание материалов в социальных сетях или партнерство с другими спортивными сообществами может помочь привлечь больше подписчиков.

Кроме того, следует постоянно анализировать результаты своей работы: изучать статистику просмотров, лайков и комментариев, чтобы понимать, какой контент наиболее популярен у аудитории и делать акценты на него.

В целом, создание и развитие успешного спортивного телеграмм-канала требует постоянной работе над качеством контента, взаимодействием с аудиторией и продвижением.[8]

Спортивные телеграмм-каналы стали новым форматом журналистской работы, позволяющим спортивным журналистам эффективно взаимодействовать с аудиторией и формировать общественное мнение. Эти каналы предоставляют возможность оперативной публикации новостей, комментариев и аналитических материалов, что помогает зрителям быть в курсе последних событий.

Одной из главных ролей спортивных телеграмм-каналов является формирование общественного мнения. Журналисты через свои публикации и комментарии активно воздействуют на точку зрения аудитории, помогая ей интерпретировать происходящие события. Они не только информируют о результате матча или трансфере, но и анализируют его значение для команды или игрока, подвергают критике или похвале принятые решения.

Кроме того, спортивные телеграмм-каналы предоставляют уникальную возможность коммуникации с аудиторией. Любой пользователь может задать вопрос журналисту, выразить свое мнение или поделиться своими наблюдениями. Такой диалог помогает установить более тесную связь между журналистом и зрителем, а также позволяет учесть интересы и пожелания аудитории при создании контента

Спортивные телеграмм-каналы являются новым и перспективным форматом журналистской работы с аудиторией. Они позволяют спортивным журналистам прямо взаимодействовать с читателями, предоставлять им актуальную информацию о спортивных событиях, а также делиться своими мнениями и аналитикой.

Будущее спортивных телеграмм-каналов обещает быть еще более интересным и разнообразным. Возможности для журналистской работы на этой платформе постоянно расширяются, благодаря развитию технологий и изменению потребностей пользователей.[5]

Одним из трендов будущего является использование видеоконтента. Журналисты все чаще создают видеобзоры матчей, интервью со спортсменами и экспертами, что позволяет им усилить воздействие на аудиторию и повысить ее вовлеченность.

Еще одной перспективной возможностью является интеграция чат-ботов. С помощью них можно автоматизировать процесс коммуникации с аудиторией, отвечать на вопросы и предоставлять персонализированный контент.[7]

Также, стоит отметить возможность монетизации телеграмм-каналов. Журналисты могут использовать рекламу, платные подписки или создание эксклюзивного контента для своих подписчиков

**Вывод.** Таким образом, можно сделать вывод о значительном влиянии СМИ на популяризацию спорта в России. Они создают благоприятную атмосферу для развития спортивного движения и активно привлекают внимание широкой аудитории к этой теме. В свою очередь, рост интереса к спорту может иметь положительный эффект на здоровье нации и формирование здорового образа жизни.

#### **Литература:**

1. Аминова В.С. «Влияние спорта на развитие положительных качеств личности» // Матрица научного познания, № 4, 2019 г. С: 194-197.
2. Воронов Н.А. «Развитие спорта в России и негативные процессы тормозящие его развитие» Современные научные исследования и разработки // № 9 (26) 2018 г., С: 116-118.
3. Голубев А. Спортивные медиа: история, современность, перспективы. – М.: Изд-во РГОУ. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2013.
4. Ивлиев П.В., Кошелюк Б.Е. «Влияние СМИ на молодёжь с целью формирования ЗОЖ» // № 5 (156), 2021 г. С: 170-172.
5. Новиков А. С. Телеграм-каналы: новый инструмент информационной войны // Вестник НИУ МГСУ. – 2017. – № 6.
6. Решетников, С. В. Спортивные телеграм-каналы как инструмент формирования общественного мнения // Омский научный вестник. - 2018. - Т. 4. - № 159.
7. Транева, А.М. Информационно-коммуникационные технологии в спортивных медиа // Актуальные проблемы гуманитарного и естественного знания. - 2018. - № 2 (23).
8. Холмогорцев Е. Спорт и СМИ: трансформация практик и аудиторий // Журналистика и медиа-консалтинг. - 2019. - №4.

## МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ, ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ

### ОБ ОДНОМ СПОСОБЕ СОСТАВЛЕНИЯ ДОЛЖНОСТНЫХ ИНСТРУКЦИЙ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА В ДИДЖИТАЛ АГЕНТСТВЕ

**Павленко Сергей Алексеевич**

Магистр бизнес-администрирования (МВА)

Председатель Комитета по развитию систем менеджмента Ассоциации директоров по развитию.

Консультант

**Ключевые слова:** должностные инструкции; отдел маркетинга; диджитал агентство; управление персоналом; цифровой маркетинг; процессное управление; эффективность; системная инженерия; теории деятельности

**Keywords:** job description; marketing department; digital agency; personnel management; digital marketing; process control; efficacy; systems engineering; activity theory

**Аннотация:** Данная статья представляет один из способов составления должностных инструкций для сотрудников отдела маркетинга в диджитал агентстве. Рассматриваются актуальные проблемы управления персоналом в отделе маркетинга в контексте цифрового маркетинга. Описывается значение должностных инструкций в управлении персоналом и достижении бизнес-целей. Подчеркивается важность разработки инструкций для обучения новых сотрудников, стандартизации процессов, оценки производительности и облегчения коммуникации внутри отдела. Также обсуждается применение процессного подхода в организации и управлении процессами развития организации. Результаты исследования могут быть полезны для диджитал агентств и других компаний, желающих улучшить управление своим отделом маркетинга.

**Abstract:** This article presents one of the ways of drafting job descriptions for marketing department employees in a digital agency. Current problems of personnel management in the marketing department in the context of digital marketing are considered. The importance of job descriptions in managing staff and achieving business goals is described. The importance of developing job descriptions for training new employees, standardizing processes, evaluating performance and facilitating communication within the department is emphasized. The application of process approach in organizing and managing organizational development processes is also discussed. The results of the study may be useful for digital agencies and other companies wishing to improve the management of their marketing department.

**УДК 331**

#### **Объект исследования**

Исследование фокусируется на процессе создания и оптимизации должностных инструкций в отделе маркетинга. В частности, рассматриваются вопросы, связанные с идентификацией ключевых функций и обязанностей сотрудников, разработкой четких процессов и критериев оценки их работы, а также формированием системы

взаимодействия между сотрудниками для эффективной реализации маркетинговых стратегий и кампаний. Объект исследования включает в себя не только сам процесс создания должностных инструкций, но и анализ их эффективности в контексте реальной практики их применения в компаниях различных отраслей.

### ***Научная новизна***

Научная новизна заключается в том, что к процессу оптимизации работы предприятия применяется Теория Деятельности (Activity Theory), модифицированная в соответствии с подходом рассмотрения рабочих процессов (деятельностей, или активностей) как систем особого рода. Затем, для описания и перестройки систем деятельности, применялся метод разработки и построения систем Системной инженерии, с использованием соответствующих эвристик. Данный подход применялся крайне редко, и упоминания в русскоязычной литературе найти не удалось.

### ***Цель статьи***

Основной целью данного исследования является разработка методологии для создания эффективных и целесообразных должностных инструкций для отдела маркетинга на основе интеграции Теории Деятельности (Activity Theory) и принципов системной инженерии. Данный подход направлен на улучшение понимания роли каждого сотрудника в структуре компании, а также на оптимизацию межфункционального взаимодействия между различными подразделениями для достижения стратегических бизнес-целей организации.

### ***Проблемы управления персоналом отдела маркетинга***

#### ***Актуальные проблемы управления персоналом в отделе маркетинга***

В современном мире цифрового маркетинга, где конкуренция постоянно растет и технологические инновации меняют бизнес-ландшафт, разработка должностных инструкций в отделе маркетинга цифровой студии становится неотъемлемой частью успешного управления персоналом и достижения бизнес-целей.

Должностные инструкции - это документ, который определяет роли и обязанности каждого сотрудника в отделе маркетинга. Это помогает избежать дублирования задач и конфликтов внутри команды, а также обеспечивает оптимальное использование ресурсов. Когда каждый сотрудник понимает свои обязанности и ожидания, это способствует повышению производительности. Сотрудники могут лучше сосредотачиваться на выполнении своих задач, а не тратить время на разбор непонимания или неопределенности.

Для новых сотрудников важно быстро адаптироваться и начать вносить вклад в работу отдела маркетинга. Должностные инструкции служат руководством для обучения и быстрого внедрения новых сотрудников. Разработка инструкций позволяет стандартизировать процессы в отделе маркетинга. Это помогает обеспечить качество выполнения задач и создать единообразие в подходе к работе.

На основе должностных инструкций можно разработать критерии оценки производительности сотрудников. Это облегчает оценку и обратную связь, что важно

для их развития и мотивации. Должностные инструкции могут включать в себя правила и политики, обеспечивая соблюдение нормативных требований.

Для успешной работы команды важно иметь ясное понимание того, как разные роли взаимодействуют друг с другом. Должностные инструкции помогают установить связи между должностями и облегчить коммуникацию внутри отдела. В мире маркетинга изменения происходят быстро. Должностные инструкции могут быть обновлены и адаптированы к новым требованиям и технологическим изменениям, обеспечивая гибкость и устойчивость отдела маркетинга.

Увеличение сложности внешней среды и внутренних процессов, требований клиентов, топ-менеджеров и работников, предполагает совершенствование методик организации и управления работой в отделах маркетинга.

Для выявления работы в отделе маркетинга, функций и процессов, иногда применяется процессный подход. Процессный подход подробно описан в литературе, в частности в работах [7, 8] и в стандартах Систем менеджмента качества семейства ИСО-9000 [1, 12]. Имеются примеры применения процессного подхода к организации и управлению процессам развития организации [6].

### ***Кейсы, иллюстрирующие проблемы***

Одним из кейсов, иллюстрирующих обширность деловых процессов отдела маркетинга и смежных отделов, является участие отдела маркетинга в развертывании CRM-системы для фирмы по снабжению пластиковой тарой:

Сначала, Начальник отдела маркетинга провел анализ потребностей фирмы и определил, что для эффективного снабжения клиентов необходима система, которая позволяет следить за статусом заказов, отслеживать поставки и управлять инвентарем.

После анализа рынка CRM-систем был выбран SamyCRM, который был рекомендован другими клиентами агентства и имел функционал, который соответствовал потребностям фирмы.

Затем был разработан план внедрения CRM-системы, который включал следующие этапы:

- Обучение сотрудников фирмы использованию CRM-системы.
- Настройка CRM-системы под потребности фирмы, включая интеграцию с другими системы и сервисами.
- Тестирование CRM-системы и корректировка настроек, если необходимо.

Внедрение CRM-системы прошло успешно, и сотрудники фирмы смогли быстро адаптироваться к новой системе. Теперь они могут следить за статусом заказов, отслеживать поставки и управлять инвентарем, что позволило фирме улучшить эффективность работы и удовлетворить потребности клиентов.

После внедрения CRM-системы начальник отдела маркетинга провел анализ результатов и увидел, что фирма-заказчик смогла улучшить эффективность работы и удовлетворить потребности своих клиентов. Это позволило фирме увеличить оборот и укрепить свое положение на рынке.

В результате внедрения CRM-системы фирма по снабжению пластиковой тарой смогла улучшить эффективность работы, удовлетворить потребности клиентов и увеличить оборот. Этот кейс демонстрирует важность использования CRM-систем для успешного снабжения клиентов и укрепления позиции на рынке и востребованность данной услуги на рынке.

Разработка эффективных должностных инструкций является ключевым этапом в обеспечении понимания и выполнения обязанностей сотрудниками отдела маркетинга компании по разработке веб-сайтов. Ниже представлены основные этапы, которые помогут создать ясные и информативные инструкции для каждой должности в отделе.

Однако в больших организациях и в зависимости от специфики работы инструкции могут разрабатывать также сотрудники, занимающие высокие должности или руководящие должности, так как они часто более компетентны в отношении конкретных требований и задач своих подчиненных. Важно, чтобы эти инструкции были ревидованы и одобрены HR-специалистами или высшим руководством, чтобы обеспечить их соответствие стандартам организации и законодательству.

Обычно составление должностных инструкций является обязанностью HR-специалистов или менеджеров по персоналу в организации. Они обладают экспертизой в управлении человеческими ресурсами и занимаются разработкой и управлением документацией, связанной с персоналом. В некоторых случаях, составлением должностных инструкций занимаются руководители отделов маркетинга, или вышестоящие руководители. В некоторых случаях, разработка должностной инструкции поручается непосредственно самому специалисту, выполняющему соответствующую функцию.

Это один из первых этапов в создании какой-либо новой системы работы, в данном случае системы работы отдельных работников в Отделе маркетинга. Необходимо рассмотреть создание новой системы работы как отдельный тип работы, и выделить его свойства и характеристики. Например, на это обращает внимание Джон Коттер (Известный автор и консультант в области управления изменениями и лидерства. Его концепция "Второй операционной системы в бизнесе" [2] акцентирует важность создания альтернативных способов работы и культурных изменений в организациях.)

Процессы создания с системы работы и её описания в каждом отдельном подразделении и бизнесе, как мы видим, является весьма сложной работой. Возникает вопрос, есть ли общие свойства и характеристики у этих разных процессов, и возможно ли сформировать определенную теоретическую базу для организации и проведения этих работ. Предлагается применить для этого активно разрабатываемую в последние годы теорию системной инженерии для предприятий (Enterprise Systems Engineering) как отдельную область приложения системной инженерии.

Разработка качественных должностных инструкций для работников отдела маркетинга является важным шагом для оптимизации работы отдела и достижения бизнес-целей. Качественные инструкции помогают избежать дублирования задач, конфликтов внутри команды, обеспечивают оптимальное использование ресурсов, повышают производительность и ускоряют адаптацию новых сотрудников.

Для разработки качественных должностных инструкций может потребоваться помощь специалиста, который обладает необходимыми знаниями и опытом в данной области. Консультант может помочь в определении потребностей отдела, выборе подходящей программной системы, планировании работы и оценке результатов.

Кроме того, разработка качественных должностных инструкций может быть связана с использованием кейсового метода обучения, который позволяет обучающимся проанализировать реальные ситуации, разобраться в сути проблем и предложить возможные решения. Это помогает сотрудникам лучше понимать реалии современной деловой среды и быстрее включаться в текущую работу предприятия.

Возможно применение и других теоретико-практических подходов, преследуя цель повышения эффективности работы отдела.

Таким образом, разработка качественных должностных инструкций является необходимым шагом для оптимизации работы отдела маркетинга и достижения бизнес-целей.

### ***Теоретические решения***

В качестве оснований для оптимизации работы коллективов в компаниях, разработано и применяется множество подходов. Остановимся на комбинации некоторых из них.

### ***Обзор отдельных аспектов Теории Деятельности и Системомыследеятельностной методологии***

Теория деятельности (Activity Theory) - это междисциплинарная теория, которая исследует человеческую деятельность и взаимодействие между индивидами, инструментами и окружающей средой. Среди ключевых создателей теории деятельности такие исследователи, как Лев Выготский [14], Людвиг фон Мизес [15], Алексей Леонтьев [5], Георгий Щедровицкий [9], Engestrom [10], Kaptelini, Nardi [18]. Эта теория рассматривает человеческое мышление и поведение как встроенное (включенное) в коллективно организованные, опосредованные артефактами (непосредственно воспринимаемыми) системы деятельности. В последние десятилетия Теория Деятельности разрабатывается несколькими группами исследователей в различных направлениях, включая, например, построение человеко-машинных комплексных систем (Clemmensen, Kaptelinin, Nardi [19]). Теория акцентирует следующие положения:

1. Системный подход: Теория деятельности рассматривает человеческую деятельность как сложную систему, состоящую из различных компонентов, включая индивида, инструменты, цели и среду. Она акцентирует внимание на взаимосвязях между этими компонентами и их влиянии на деятельность. Это существенно отличает системный подход от процессного.

2. Важность учёта Целей и мотивации: Теория деятельности подчеркивает роль целей и мотивации в человеческой деятельности. Люди действуют, чтобы достичь определенных целей или удовлетворить свои потребности. Мотивация играет важную роль в определении характера и направления деятельности. Однако, в рамках обычного процессного подхода целям, мотивации, и ценностям работников не уделяется необходимого внимания.

3. Культурный контекст: Теория деятельности учитывает влияние культурных и социальных факторов на человеческую деятельность. Культурные нормы, ценности и ожидания могут оказывать значительное воздействие на способы и цели действий.

4. Медиация: Важным аспектом теории деятельности является медиация, то есть использование инструментов и технологий для выполнения задач. Инструменты, будь то физические объекты, символы или технологии, участвуют в процессе деятельности и могут изменять ее характер.

5. Зона ближайшего развития: Этот концепт, разработанный Выготским, описывает разрыв между уровнем способностей человека в текущий момент и уровнем, который он может достичь с помощью поддержки и обучения. Теория деятельности учитывает этот разрыв и значение обучения в деятельности.

6. Интерсубъективность (и коллективность): Теория деятельности подчеркивает важность взаимодействия между людьми в процессе деятельности. Она рассматривает деятельность как социальное явление, которое формируется через совместное действие и коммуникацию.

7. Историчность и развитие: Теория деятельности учитывает изменения в деятельности и ее развитие со временем. Она анализирует, как изменения в технологиях, культуре и обществе влияют на способы действия людей.

Теория деятельности имеет широкий спектр применений, включая области психологии, образования, управления, проектирования интерфейсов и другие. Эта теория помогает лучше понять, как люди взаимодействуют с окружающим миром и как можно оптимизировать деятельность для достижения желаемых результатов.

Activity Theory, широко применяемая в психологии для анализа развития людей и групп, имеет потенциал быть внедренной в анализ бизнес-процессов. Сейчас данная теория используется в основном для психологических исследований, и её перенос на анализ бизнеса может представлять собой инновацию.

Применение Activity Theory в бизнес-процессах предоставляет новый инструментарий для анализа и оптимизации систем в организации. Этот подход позволяет более глубоко понимать взаимосвязи и влияние различных систем на успех организации, а также облегчает процесс оценки и адаптации бизнес-процессов.

Программа исследований по объединению системного подхода, процессного подхода, и теории деятельности была реализована Щедровицким Г. П., в период 1960-1990гг., и впоследствии популяризирована Щедровицким П. Г. [16] и другими. Предложенная его группой схема Акта деятельности соединяет аспекты делателя, процесса, функции, структуры, и исполняющего механизма, вместе с культурным аспектом, и целеполаганием (вытекающим из самоопределения) делателя.

Щедровицкий Г. П. особенно акцентировал аспект системы при рассмотрении деятельности как объекта.

Среди наиболее важных компонентов рассмотрения работы (деятельности) как объекта Г. П. Щедровицкий выделял четыре, хотя подчеркивал, что принципиально рассмотрение системы не должно ограничиваться только четырьмя сторонами.

1. Аспект функции (функциональности): Это аспект, который описывает цель и смысл работы. В случае сотрудника Отдела маркетинга, функция включает в себя определение и понимание потребностей клиентов, разработку продукта, управление его жизненным циклом и многие другие аспекты, нацеленные на создание ценности для клиентов.

2. Аспект процесса: Этот аспект отображает последовательность шагов и действий, которые необходимы для выполнения работы. Процесс сотрудника Отдела маркетинга включает в себя планирование, анализ рынка, взаимодействие с командами разработки, тестирование, запуск и многое другое. Понимание процесса помогает сотруднику отдела эффективно управлять задачами и достигать целей.

3. Аспект материала: Этот аспект охватывает ресурсы и элементы, используемые в работе. В случае менеджера продукта, материалами могут быть данные о клиентах, информация о рынке, технические спецификации продукта и многое другое. Умение правильно работать с материалами способствует более эффективной реализации задач.

4. Аспект структуры: Этот аспект описывает организацию работы, взаимосвязи между элементами и структуру управления. Для менеджера продукта структура может включать команды разработки, взаимодействие с клиентами и другие аспекты, обеспечивающие координацию и синхронизацию деятельности.

Подход, предлагаемый Activity Theory, позволяет более глубоко разбираться в сущности работы и влиянии каждого аспекта на успешное выполнение задач. Применение этой теории к ролям сотрудников Отдела маркетинга может помочь понять, как все аспекты работы взаимодействуют между собой и какие знания и навыки нужно развивать для эффективного выполнения задач.

В этом случае, можно представить описание работы отдела маркетинга (основу для Положения о подразделении) в следующем виде:

1. Функция: выполнение части работ фирмы по информированию потенциальных клиентов, и их информированию и обучению о способах и выгодах использования продукта фирмы в JTBD (Jobs To Be Done) клиента.

2. Процесс: связанные между собой подпроцессы, в том числе, например, исследование JTBD клиентов; исследование поведенческих характеристик и предпочтений клиентов; определение маркетинговой стратегии в отношении клиентов; разработка и создание маркетинговых инструментов (текстов, изображений, комплексных медиа-объектов); выполнение маркетинговых коммуникаций). Процесс является основой для определения должностных обязанностей.

3. **Материал:** сотрудники-люди, находящиеся в культурной среде, обладающие культурными и ценностными характеристиками. К людям также применяются квалификационные требования, и требования по компетенциям.

4. **Структура:** связи между подсистемами, которые, в свою очередь, представляются в виде систем (подсистем), например связи между работой маркетолога, работой дизайнера, работой копирайтера, работой таргетолога, работой продавца. Необходимо спроектировать не только отношения подчиненности, но и с кем будет взаимодействовать в рамках своей должности.

5. **Ценности и культура:** ценностные предпочтения создателя системы, транслируемые и поддерживаемые культурой фирмы.

6. **Историчность и развитие:** включенность системы в контекст движения систем более высокого уровня системного рассмотрения, с учетом их динамики во времени.

Выделение отдельных функций в работе Отдела маркетинга, необходимо для выделения конкретных должностей, и составления для них конкретных должностных инструкций, облегчается применением методик системной инженерии (ссылка на Наведение порядка в бизнесе).

### ***Обзор отдельных аспектов Системной Инженерии в применении к системам работы***

Рассматривая работу сотрудников Отдела маркетинга как систему, в логике Теории деятельности, рассмотрим работу по составлению должностных инструкций (то есть проектированию работы сотрудников) в аспекте создания системы в подходе Системной инженерии.

Поскольку в качестве модели работы в определенной должности избрана модель системы работ, предлагается применить к разработке описания этой работы (должностной инструкции) модель создания систем (системной инженерии) в отношении систем работы.

С таким вопросом связана концепция «Второй операционной системы», изложенная Дж. Коттером. [2] Коттер описывает построение бизнеса как системы работы фирмы, хотя прямо не дает названия этому процессу, и не углубляется в его структуру и свойства.

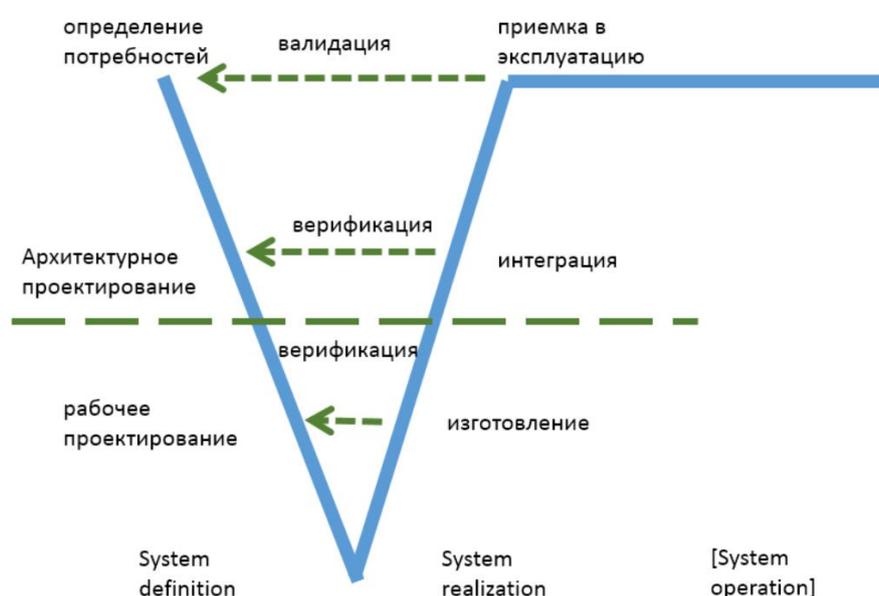
Системная инженерия (иногда также называемая «системотехника») является прикладной наукой, которая развивается с середины прошлого века (например, [3, 4, 11, 13])

В рамках этой дисциплины разработан унифицированный процесс создания сложной системы (как часть жизненного цикла системы). Он включает в себя следующие основные этапы:

1. Формирование концепции системы (обычно как решение некоторой проблемы)
2. Определение системы (спецификация)

3. Конструирование системы (подбор элементов, из числа доступных)
4. Проектирование системы для построения итоговой системы (строительной системы)
5. Построение строительной системы
6. Работа строительной системы и строительство (производство) итоговой системы
7. Проверки, тестирование, и приемка системы
8. Передача системы в эксплуатацию.

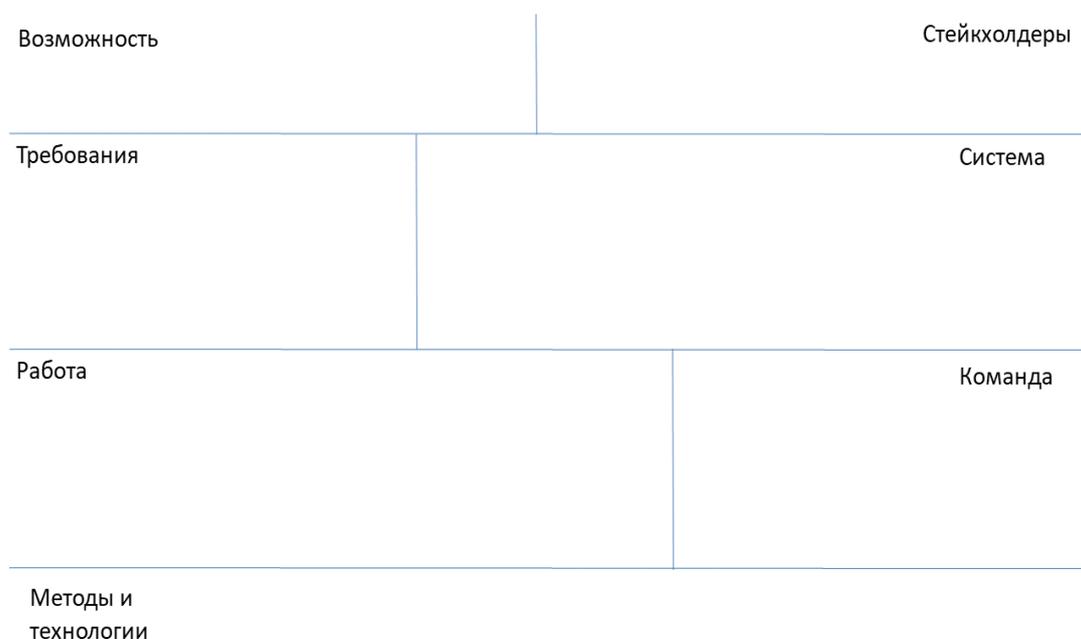
Часто этот процесс визуализируется, в виде так называемой «V-модели» (V-диаграммы).



**Рис. 1 Общий вид V-диаграммы (из Левенчук [21])**

Подход Системной инженерии является достаточно общим, и может быть применён к построению как относительно небольших (что свойственно для компаний малого и среднего бизнеса), так и для весьма крупных систем. В то же время специализированные инженерно-практические методологии, ориентированные исключительно на крупные и сложные системы, например Системная инженерия корпораций (Enterprise Systems Engineering [20]), требуют чрезвычайно больших ресурсов для развёртывания и применения, что фактически исключает их использование в небольшом предприятии.

В дополнение к непосредственно процессу создания сложной системы, в рамках INCOSE (Международный совет по системной инженерии) была предложена эвристика «Показателей здоровья проекта создания системы», выделяющая от семи фокусов внимания системного инженера и команды на пути создания системы. [13, 22]



**Рис. 2 Холст (канва) семи фокусов внимания команды на пути создания системы, адаптировано.**

В таком случае, при разработке должностных инструкций может быть рекомендован следующий порядок действий:

1. Формирование команды создания набора должностных инструкций
2. Определение предназначения системы работ (Отдела маркетинга и сотрудников). Составление Положения о подразделении, с указанием функций.
3. Построение упрощенной модели процесса итоговой системы (работы Отдела, состоящего из должностей).
4. Составление должностных инструкций, включающих описание процессов и компетенций.
5. Добавить прочие положения, в соответствии с требованиями фирмы. Общего государственного или отраслевого стандарта нет.
6. В ходе проведения работ по жизненному циклу системной инженерии в отношении работ отдела маркетинга, целесообразно также учесть такие мероприятия, как:
7. Выявление существующих должностей, проверка их правильного выявления путем проведения разбиения работы на функции (под-системы) на основе процессного и технологического подхода.
8. Сбор имеющейся информации (в том числе документированной) о каждой должности, включая описание обязанностей, квалификационные требования и ожидания.

9. Проведение анализа описанных обязанностей каждой должности, выявив ключевые задачи и ответственности, в соответствии с процессным подходом.

### ***Практическое применение и рекомендации***

#### ***Применение теорий для решения проблем работы отдела маркетинга***

Теория Деятельности (Activity Theory) является мощным инструментом для анализа и планирования деятельности сотрудников отдела маркетинга. В контексте данного исследования, Теория Деятельности помогает описывать, анализировать и понимать сложные взаимосвязи, происходящие в процессе маркетинговой деятельности. С её помощью возможно эффективно выявлять цели и задачи отдела маркетинга, определять ключевые процессы и механизмы их реализации, а также формировать требования к компетенциям и квалификации сотрудников, необходимых для успешного выполнения порученных обязанностей.

Системная инженерия, в свою очередь, предоставляет структурированный подход к проектированию и оптимизации сложных систем, что актуально для динамично изменяющейся деятельности маркетинга. Применяя принципы системной инженерии, можно рационально структурировать маркетинговую деятельность, выделяя в ней отдельные подсистемы и определяя связи между ними. Это позволяет создать ясную и прозрачную схему работы отдела, способствуя повышению его эффективности и результативности. Принципы системной инженерии также помогают в выявлении и устранении "узких мест" в работе отдела, оптимизации использования ресурсов и координации взаимодействия с другими подразделениями компании.

В комбинации эти две теории предлагают комплексный подход к анализу, описанию, и оптимизации работы отдела маркетинга, предоставляя руководителям эффективные инструменты для планирования, управления и контроля маркетинговой деятельности на всех уровнях.

#### ***Примеры и рекомендации по внедрению***

Один из кейсов применения объединения Теории Деятельности и системной инженерии в отделе маркетинга — оптимизация работы маркетингового отдела небольшой IT-компании, агентства по внедрению CRM-систем (систем управления отношениями с клиентами). В условиях быстро меняющегося рынка и высокой конкуренции компания столкнулась с необходимостью адаптации своих маркетинговых стратегий и техник. С помощью системной инженерии была построена детализированная модель работы отдела, включая все ключевые процессы и функции, без избыточной детализации. Теория Деятельности позволила глубже понять мотивацию и потребности сотрудников, а также обеспечила эффективное взаимодействие между ними. Результатом стала улучшенная координация, повышение производительности и усиление креативного подхода к решению маркетинговых задач.

Был реализован инновационный пилотный проект по разработке должностных инструкций, основанный на комбинировании некоторых элементов Теории деятельности и системной инженерии. Поставлена задача разработать и внедрить первую редакцию внутрифирменного стандарт по разработке должностных

инструкций, в котором целесообразно отразить некоторые инновационные аспекты, например:

1. Выявление возможностей по повышению эффективности бизнеса в целом за счет эффективной организации конкретной должностной функции.
2. Инвентаризации перечня влияющих лиц, способных оказать положительное или отрицательное воздействие на выполняемую должностную функцию, и, следовательно, на процесс разработки должностной инструкции.
3. Определение требований (различного характера и наполнения) к выполнению конкретной должностной функции.
4. Повышения четкости и недвусмысленности работы должностной функции за счет использования аспектов Теории деятельности в проектировании работы должностной функции, в том числе явного описания, например, процесса работы, эмоциональных и иных потребностей и мотиваций работника в ходе выполнения этой работы, какие инструменты следует использовать при выполнении работы, с какими людьми взаимодействует работник.
5. Составления примерной дорожной карты (возможно, в формате чек-листа) по составлению должностной инструкции для новой или изменяемой должности, с фиксацией типового срока такой разработки.
6. Обязательность назначения команды разработки должностной инструкции.
7. Рекомендаций использования конкретных методов, методик и стандартов, при разработке должностной инструкции.

Эти аспекты имеют инновационный характер для фирмы, и помогут повысить вероятность эффективной организации как должностной функции, так и процесса разработки должностных инструкций для неё.

## **Заключение**

### **Выводы и рекомендации**

Применяя Теорию Деятельности, стремитесь глубже понять как внутренние мотивы и потребности сотрудников, так и внешние требования к организации их работы. Это позволит создать более мотивирующую и вовлекающую рабочую среду.

Использование принципов системной инженерии для тщательной структуризации и оптимизации процессов в отделе поможет выделить и эффективно использовать ресурсы, а также упростит координацию и контроль.

Проведение регулярного анализа эффективности и результативности работы отдела, корректировка тактики и процессов в соответствии с изменяющимися условиями и требованиями рынка, на основе подходов Теории Деятельности и Системной инженерии позволит эффективно использовать ресурсы отдела.

Разработка должностных инструкций с применением описанного способа повышает эффективность применения инструкций как регламентирующего инструмента, а также увеличивает результативность обучения новых сотрудников при введении в должность.

Интеграция Activity Theory и системной инженерии в число методов составления должностных инструкций менеджеров Отдела маркетинга предоставляет уникальный аналитический инструмент для оценки и оптимизации взаимодействия различных систем в бизнес-контексте. Этот подход позволяет более глубоко и системно подходить к процессу подготовки менеджера продукта и обеспечивать успешную интеграцию в организацию.

Применение этих рекомендаций в комплексе позволит создать эффективно функционирующий и высокопроизводительный маркетинговый отдел, способный успешно справляться с поставленными задачами и достигать поставленных целей.

### **Направления для будущих исследований**

В работе Агентства по внедрению систем CRM предполагается распространить накопленный опыт на организацию работы других подразделений, а впоследствии – и на систему управления компании. В дальнейшем, возможна интеграция работ по проектированию систем работы, и систем учета и контроля на основе показателей Теории ограничений систем (Э. Голдратт [17]).

### **Литература:**

1. ГОСТ ISO 9001-2011 Системы менеджмента качества. Требования. М., Стандартиформ. - 2018.
2. Коттер Дж.: Ускорение перемен. Как придать вашей организации стратегическую гибкость для успеха. М.: Олимп Бизнес 2017.
3. Косяков А., Свит У., Сеймур С., Бимер С. Системная инженерия. Принципы и практика / Пер. с англ. В. Батоврин. — М.: ДМК Пресс. — 2014. — 636 с.
4. Левенчук А. Системная инженерия – М.: Ridero. - 2022 - 378 с.
5. Леонтьев А. Деятельность. Сознание. Личность. – Москва : Смысл : Академия, 2004. – 352 с.
6. Павленко С. Как навести порядок в бизнесе быстро. М.: Ridero, 2022. — 86 с.
7. Репин В., Елиферов В.: Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 544 с.
8. Хаммер М., Чампи Дж.: Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011 г. — 288 с.
9. Щедровицкий, Г.П. Исходные представления и категориальные средства деятельности [Текст] // В кн.: Разработка и внедрение автоматизированных систем в проектировании. – М., 1975. С.78-91.
10. Cole M., Engeström Y., Vasquez O. A. (ed.). Mind, culture, and activity: Seminal papers from the Laboratory of Comparative Human Cognition. – Cambridge University Press, 1997.
11. Haberfellner R., de Weck O., Systems Engineering: Fundamentals and Applications 1st ed. 2019 Edition
12. Hoyle D.: ISO 9000 Quality Systems Handbook, Sixth Edition 2009
13. Jacobson I. et al. The essence of software Engineering: applying the SEMAT kernel. – Addison-Wesley, 2013.

14. Выготский Л. С. Психология искусства / Общ. ред. В. В. Иванова, коммент. Л. С. Выготского и В. В. Иванова, вступит. ст. А. Н. Леонтьева. 3-е изд. - М.: Искусство, 1986. 573 с.
15. фон Мизес Л. Человеческая деятельность: трактат по экономической теории. - Челябинск: Социум, 2005. 878 с.
16. Щедровицкий П.Г. Томские лекции об управлении (1998-2000). Томск: UFO-press, 2001. 111 с.
17. Голдратт Э., Кокс Д. Цель: процесс непрерывного улучшения. М.: Попурри, 2014. 400 с.
18. Kaptelinin, V., & Nardi, B.A. (2006). Acting with Technology: Activity Theory and Interaction Design. Cambridge, MA: MIT Press.
19. Clemmensen, Torkil, Victor Kaptelinin and Bonnie A. Nardi. "Making HCI theory work: an analysis of the use of activity theory in HCI research." Behaviour & Information Technology 35 (2016): 608 - 627.
20. Niemi, Eetu I. and Samuli Pekkola. "The Benefits of Enterprise Architecture in Organizational Transformation." Business & Information Systems Engineering (2020): 1-13.
21. Левенчук А. И. Системное мышление 2020. М.: "Издательские решения", 2020. 472 с.
22. Павленко С. А. Схемы описания бизнес-проекта. М.: "Издательские решения", 2018. 8 с.

# Экономика

## ЦИФРОВИЗАЦИЯ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА

**Петренко Ирина Дмитриевна**

Кокшетауский университет им. Ш. Уалиханова

Студент

**Ахмедьяров Ербол Амантаевич, магистр экономики, лектор кафедры  
бизнеса и услуг, Кокшетауский университет имени Ш. Уалиханова**

**Ключевые слова:** сельское хозяйство; молочная промышленность; цифровизация молочной отрасли; качество; пищевая безопасность

**Keywords:** agriculture; dairy industry; dairy digitalisation; quality; food safety

**Аннотация:** Статья рассматривает проблемные аспекты цифровизации молочной отрасли Казахстана, необходимость и перспективы внедрения. Автор подчеркивает важность развития сельского хозяйства в стране и роль молочной продукции в рационе питания населения. Анализируется текущий уровень производства молока и его структура, а также проблемы, связанные с несоответствием сырого молока действующим техническим регламентам. В статье рассматриваются перспективы цифровизации молочной отрасли и возможности повышения качества и производительности в производстве молочных продуктов в Казахстане.

**Abstract:** The article considers the problematic aspects of digitalisation of the dairy industry in Kazakhstan, the need for and prospects of implementation. The author emphasises the importance of agricultural development in the country and the role of dairy products in the diet of the population. The author analyses the current level of milk production and its structure, as well as the problems associated with the non-compliance of raw milk with current technical regulations. The article discusses the prospects for digitalisation of the dairy industry and the opportunities for improving quality and productivity in the production of dairy products in Kazakhstan.

**УДК 338.43**

**Введение.** Казахстан – страна, обладающая перспективами в сфере развития сельского хозяйства, которые дают значительные возможности в производстве пищевых продуктов, как для удовлетворения внутреннего спроса, так и для активного экспорта. В Казахстане значительное внимание уделяется развитию сельского хозяйства со стороны государства. Основной задачей сельского хозяйства Министерство сельского хозяйства продолжает считать обеспечение эффективного производства сельскохозяйственной продукции в объемах, достаточных для внутреннего рынка и формирования экспортных ресурсов [1].

**Актуальность.** Молоко и молочная продукция являются неотъемлемой частью рациона питания каждого человека и входят в список основных продуктов питания, которые необходимы нам ежедневно. Эксперты Организации экономического

сотрудничества и развития и Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций прогнозируют, что к 2027 году объем потребления свежей молочной продукции увеличится на 21,5%, сливочного масла на 21,2% и сыра на 11,5% на мировом рынке молочных продуктов. Данный факт обуславливает актуальность рассматриваемого вопроса, поскольку увеличение объемов потребления молочной продукции требует поиска решения по увеличению объемов их производства.

**Цели, задачи, материалы и методы.** Целью исследования является обоснование необходимости цифровизации молочной отрасли Казахстана.

Исходя из поставленной цели, задачами исследования являются анализ потребности в молочной продукции и её производства в Казахстане, а также проблем и возможностей цифровизации молочной отрасли.

Информационную базу исследования составили работы ученых-экономистов, опубликованные в периодических изданиях и размещенные на web-сайтах.

**Научная новизна** заключается в том, что проведен анализ внедрения цифровых технологий по всей производственной цепи молочной продукции, выявлены проблемы и возможности последующей цифровизации молочной отрасли Казахстана.

Каждый год производство молока в нашей стране увеличивается лишь на 2-3%. За 2022 год было произведено общим объемом 6,4 миллиона тонн молока. Но если рассмотреть структуру основных производителей молока, становится очевидно, что домашнее молоко составляет 69,5% от всего объема, то есть оно получено в личных хозяйствах граждан. В сельскохозяйственных предприятиях же производится всего лишь 8,6% от общего объема.

Один из известных фактов – молоко, полученное с личных хозяйств, не соответствует полностью техническим регламентам, из-за чего возникают трудности при его промышленной переработке. В свете этого, производители вынуждены закупать импортное порошковое молоко, которое в дальнейшем применяется для производства молочных продуктов [2].

Для более наглядного понимания степени зависимости Казахстана от других стран по вопросу «молочной проблематики», обращаемся к балансу ресурсов и использования отдельных молочных продуктов. В общем и целом, наша страна самодостаточна в молочных продуктах (за исключением свежего молока) на 82,5%, оставшиеся 17,5% мы вынуждены импортировать.

Внедрение IT-технологий в производство в странах с развитой аграрной сферой позволило им сократить незапланированные расходы на 80%, повысить конкурентоспособность и производительность труда, а также обеспечить пищевую безопасность и привлечение инвестиций в отрасль. По этим причинам необходимо приступить к индустриализации сельского хозяйства, включая сферу производства молочных продуктов.

В Казахстане функционируют порядка 150 заводов по переработке молока общей мощностью 2 миллиона тонн в год, то количество сырья, которое поступает к ним, в

полной мере не обеспечивает загрузку производственных мощностей [3]. Низкое качество сырья еще и усугубляется тем, что существуют неформальные каналы реализации сырого необработанного молока (рынки, дворы жилых массивов и мелкие цеха) которые забирают чуть менее половины сырья. Все это приводит к круглогодичному дефициту сырья и потере добавленной стоимости страной.

Небольшие объемы переработанного молока заводами, ограниченный ассортимент предлагаемой продукции привело к тому, что казахстанский рынок наводнили товары импортного производства, которые ранее не были известны местному потребителю. Все это вынуждает казахстанского товаропроизводителя осуществлять технологическое переоснащение в условиях дефицита сырья. Ведущие предприятия отрасли производят до 140 наименований молочной продукции, создают новые торговые марки. Но в то же время это требует разработки и внедрение технических регламентов и стандартов на новые виды молочных продуктов, гармонизированных с международными требованиями и стимулирование молокоперерабатывающих предприятий на развитии безотходного производства [4].

Большинство сырого молока, производимого в Казахстане, по-прежнему поступает из личных подсобных хозяйств. Однако лишь 10% этого молока соответствуют требованиям технического регламента Таможенного союза по соматическим и микробиологическим показателям. Такое положение дел существенно ограничивает возможности экспорта этой продукции.

Обеспечение необходимой информацией сельских товаропроизводителей является ключевым фактором в снижении транзакционных издержек на покупку и продажу. Это также позволяет упростить цепочку поставок продукции до потребителя и сократить дефицит квалифицированной рабочей силы.

Внедрение цифровых технологий в экономику нашей страны несет в себе существенные психологические и технологические барьеры. Однако необходимость сокращения количества посредников является объективной и неизбежной. Это позволит увеличить загрузку предприятий, занимающихся переработкой товаров, на 1,3 раза, а также снизить торговую наценку на 15-20% и уменьшить розничные цены на сельскохозяйственную продукцию [5].

Применение информационно-коммуникационных технологий позволяет получить информацию о частоте сбора молока, о поставщиках, включенных в сырьевую зону, обладающих доильным аппаратом и другим оборудованием, о показателях бактериальной обсемененности, удое и количестве голов. Эта информация предоставляет возможность оценить поставщиков, провести необходимую работу с ними для повышения качества получаемого сырья и установить обратную связь для решения возникающих вопросов.

Из-за скоропортящихся свойств сырого молока, его качество неизбежно ухудшается при сборе в отдаленных районах и отсутствии возможности проводить анализ перед его приемкой. Это негативно сказывается на качестве и стоимости молока в процессе его транспортировки и приемки. Однако использование системы координат GPS позволяет измерить время и отследить перемещение молоковоза, что позволяет рассчитать степень износа и другие важные характеристики.

Использование информационно-коммуникационных технологий в сельском хозяйстве, включая производство молока, действительно может предоставить ценные данные. Учет информации о частоте сбора молока, поставщиках, оборудовании, бактериальной обсемененности, удое и численности стада позволяет эффективно анализировать производственные процессы.

Для принятия правильных управленческих решений производителям и переработчикам молока необходимо овладеть цифровыми технологиями, такими как мобильные приложения, спутниковые снимки и GPS-системы. Полученные данные позволяют определить, где целесообразно осуществлять закупку сырого молока в конкретном населенном пункте, а где нет. Благодаря этому закупка может быть скоординирована путем консолидации, цифровизации и картирования всей информации со стороны закупщика.

Современные технологии предоставляют производителям молока возможность получать бесплатный доступ к информации об изменениях биомассы на пастбищах. Эта информация включает данные о состоянии растительного покрова, его сохранности или деградации. Подобные данные могут стать ценным инструментом для оптимизации управления пастбищами и повышения эффективности производства молока.

Цифровизация - неотъемлемый этап в развитии страны, но ее реализация в значительной степени зависит от наличия подготовленных профессионалов. Дефицит квалифицированных специалистов может стать серьезным препятствием для успешной реализации индустриализационных процессов. Поэтому необходимо активно инвестировать в сферу образования и профессиональной подготовки, чтобы обеспечить стабильное и результативное развитие молочной промышленности.

**Заключение, результаты, выводы.** В заключение следует отметить, что в настоящий момент Казахстан активно развивает свое сельское хозяйство. Одним из значительных достижений станет строительство 81 новой молочно-товарной фермы и 17 молокоперерабатывающих заводов, объявленных на 2023 год. Ожидается, что эти новые предприятия приведут к значительному увеличению общего производства молока-сырья на 725 тысяч тонн. Заявленные инвестиции также предполагают рост поголовья скота на почти 100 тысяч голов, что будет способствовать интенсивному устойчивому развитию молочной отрасли в стране.

Вместе с тем цифровизация молочной отрасли является неотъемлемым элементом интенсивного пути развития молочной отрасли в Казахстане через внедрение процессных и продуктовых инноваций, а также решает ряд проблем присущих отрасли.

#### Литература:

1. Ахмедьяров Е. А. Проблемы и направления инновационного развития АПК Республики Казахстан / Е. А. Ахмедьяров, А. Н. Джакупова // Проблемы агрорынка. – 2016. – № 2. – С. 164-168.
2. Омарова Д. Как обстоят дела в молочной отрасли Казахстана? [Электронный ресурс] // Институт экономических исследований. 2023. 1 декабря. URL: <https://economy.kz/ru/Mnenija/id=444> (дата обращения 4.01.2024).
3. Baygabulova K. K. Digitalization as a factor of innovative development of dairy industry of the Republic of Kazakhstan / K. K. Baygabulova, Y. A. Akhmedyarov, G. K. Altybaeva //

Problems of AgriMarket. – 2019. – No. 2. – P. 146-152.

4. Akhmedyarov Y. Agricultural Market Digitalization in Kazakhstan / Y. Akhmedyarov // Economics. Ecology. Socium. – 2019. - No 3. P. 1-9

5. Рустембаев Б.Е. Производство и переработка молока в Казахстане / Б.Е. Рустембаев, А.С. Казкенова, Б.А. Айнаканова // Проблемы агрорынка. – 2016. – № 1. – С. 94-101.