

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ



Г. МОСКВА



Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ

№ 9 (60)
Март 2019 г.

Издается с февраля 2017 года

Москва
2019

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Арестова Инесса Юрьевна – канд. биол. наук, доц. кафедры биоэкологии и химии факультета естественнонаучного образования ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева», Россия, г. Чебоксары;

Ахмеднабиев Расул Магомедович – канд. техн. наук, доц. кафедры строительных материалов Полтавского инженерно-строительного института, Украина, г. Полтава;

Бахарева Ольга Александровна – канд. юрид. наук, доц. кафедры гражданского процесса ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», Россия, г. Саратов;

Бектанова Айгуль Карибаевна – канд. полит. наук, доц. кафедры философии Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б.Н. Ельцина, Кыргызская Республика, г. Бишкек;

Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

Елисеев Дмитрий Викторович – кандидат технических наук, доцент, начальник методологического отдела ООО "Лаборатория институционального проектного инжиниринга";

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономии ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург;

Лебедева Надежда Анатольевна – д-р филос. наук, проф. Международной кадровой академии, чл. Евразийской Академии Телевидения и Радио, Украина, г. Киев;

Маршалов Олег Викторович – канд. техн. наук, начальник учебного отдела филиала ФГАОУ ВО "Южно-Уральский государственный университет" (НИУ), Россия, г. Златоуст;

Орехова Татьяна Федоровна – д-р пед. наук, проф. ВАК, зав. кафедрой педагогики ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», Россия, г. Магнитогорск;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Сафонов Максим Анатольевич – д-р биол. наук, доц., зав. кафедрой общей биологии, экологии и методики обучения биологии ФГБОУ ВО "Оренбургский государственный педагогический университет", Россия, г. Оренбург;

С88 Студенческий форум: научный журнал. – №9(60). М., Изд. «МЦНО», 2019. – 32 с. – Электрон. версия. печ. публ. – <https://nauchforum.ru/journal/stud/60>.

Электронный научный журнал «Студенческий форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Оглавление

Рубрика «Культурология»	4
ПЕРСПЕКТИВЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕЗЬБЫ ПО КОСТИ Савицкий Иван Ярославович	4
Рубрика «Экономика»	8
ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ВІМ В ПРОМЫШЛЕННОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ Антонова Влада Александровна	8
РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИКИ И ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ Василенко Елизавета Сергеевна	13
КАЧЕСТВО СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ Кузнецова Алина Павловна	16
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЛЕКСА ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРФИРМЫ Панова Анна Сергеевна	22
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА ДОХОДНОСТИ Самохин Антон Андреевич	25
АНАЛИЗ КОНЦЕНТРАЦИИ КРЕДИТНОГО РИСКА ПАО БАНК «ФИНАНСОВАЯ КОРПОРАЦИЯ ОТКРЫТИЕ» ПО ОТРАСЛЯМ Самохин Антон Андреевич	27

РУБРИКА «КУЛЬТУРОЛОГИЯ»

ПЕРСПЕКТИВЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕЗЬБЫ ПО КОСТИ

Савицкий Иван Ярославович

*студент Челябинского государственного института культуры,
РФ, г. Челябинск*

Художественная обработка кости – один из древнейших видов декоративно-прикладного искусства, интерес к которому в последнее время возрастает, в этой связи представляется важным понимание ведущих тенденций, направлений и перспектив развития костерезного искусства.

При определении источниковой базы по данной проблематике (в частности, нами привлекался ресурс elibrary.ru), было выявлено 30 источников, в которых косвенно упоминаются отдельные аспекты современной художественной обработки кости и рога.

Детальный анализ проблемы развития костерезного искусства (на примере п-ова Таймыр) представлен в одном источнике – публикация М.М. Бронштейна [2].

Цивилизационные процессы, как единодушно отмечают авторы изученных нами публикаций, изменили представление о предметах данного вида декоративно-прикладного творчества.

В настоящее время изделия из кости и рога сохраняют свое утилитарное назначение преимущественно в ограниченных ареалах сохранения традиционных форм хозяйствования и уклада жизни коренного населения Севера, Сибири, Кавказа, что способствует сохранению как семантики, так и технологических приемов обработки сырья и делает особо значимым сохранение традиций [7; 16; 17].

В качестве активно развивающегося направления, отмечается изготовление сувенирной продукции по традиционным мотивам.

Однако в массовых изделиях все отчетливее проявляется потеря традиционной точности, выразительности, основанных на доскональном знании природы; утрата исконного, «сакрального» смысла орнаментов, сюжетов, тематики, образного строя, изобразительного языка, отражающих картину мира этноса, важные для его существования принципы, утрату этнических черт, которые во многом определяют особый облик традиционной резной кости. Данная тенденция, к сожалению, культивируется стремлением на местах не только возродить древний промысел, но и сделать его главным брендом территории без должного научного обоснования, увеличивая риск «скатывания» костерезного промысла в сувенирную псевдоэкозотику [2; 4; 8].

Востребованным остается направление резьбы по кости, в рамках которого произведения резчиков выступают как самостоятельные произведения искусства, отличающиеся возрастанием декоративного начала виртуозностью исполнения (которая нередко становится самоцелью).

Анализ источниковой базы позволил обозначить ряд тенденций в развитии художественной обработки кости:

- появление новых сюжетов, образов, условность деления тематики работ (персонажи разных тем перекликаются между собой, демонстрируя устойчивые связи и сочетания), продолжающееся формирование «гуманистического» направления, в рамках которого ведущими

являются образы современников и анималистические образы, выступающие одушевленными существами, во многом похожими на людей;

- стилевое разнообразие, быстрая смена стилистических и образных систем;
- сложные композиционные решения; апеллирование многозначностью каждого объекта, «перетекание» одного значения в другой (руки превращаются в ветви, трава в птиц и т. д.), что дает возможность его перевода в поэтический образ-символ;
- синкретичность, позволяющая подчеркнуть и расширить содержание изображаемого события;
- использование мотивов и приемов резьбы по дереву, бересте, художественного литья;
- расширение арсенала изобразительных приемов и комбинирование техник обработки костно-рогового сырья;
- возрастающая стилизация изобразительных включений;
- одновременное сосуществование разных стилей, синтез разных этнических культур;
- разнообразие художественных решений от буржуазного шика до нарочитой простоты;
- цитирование стилей, образов и форм предшествующих эпох – от точного воспроизведения до полноценной авторской художественной реплики;
- стремление к новаторству;
- использование современных технологий стабилизации сырья, его обработки с использованием современного оборудования, в том числе, с ЧПУ, компьютерного моделирования;
- экспериментирование с материалом, использование деталей, выполненных из дерева, кожи, меха, металла, поделочных и драгоценных камней, полимерных материалов [2; 3; 5; 10; 14; 18].

• стремление быть ближе к природе и натуральности. Современные художники-костерезы все больше «доверяются» материалу (как это делали древние мастера), стремятся максимально использовать его живую естественную фактуру, цвет, пластику и форму, меньше вмешиваться в те «произведения искусства», которые создала сама природа. Включая их в общее стилистическое решение, добавляют несколько штрихов (цветная гравировка, рельеф и др.), чтобы подчеркнуть и придать больше выразительности образу.

Опора на свойства материала позволяет мастерам, с одной стороны, экспериментировать с образами-типажами, делая их потенциально интересными для различных категорий потребителей, с другой – максимально доверять зрителю в его способности домысливать, ассоциировать, делая обладателя творцом наряду с автором, пробуждая его творческий потенциал, приближая его к уникальному искусству [1; 11].

С учетом смены поколений, а большинство современных резчиков по кости имеют профильное образование, указанные изменения имеют выраженную тенденцию к ускорению процессов эволюции промысла.

Современный костерезный промысел отличают новые варианты организации производства, взаимодействия художника и рынка. В рамках реализации федеральных и региональных программ возрождения, сохранения и развития народных художественных промыслов создаются Центры ремесел и промыслов, объединяющие выставочные площадки, постоянно действующие экспозиции, магазины декоративно-прикладного искусства, образовательные площадки, малые ремесленные предприятия в отдаленных территориях, которые позиционируются и развиваются как центры LLL туризма, экспедиционную и научную деятельность [9; 12].

Однако эффективность мер государственной поддержки недостаточна – по ряду территорий бытования промысла сокращается число мастеров-костерезов, а интерес молодежи к профессии художника костерезного промысла остается на стабильно низком уровне, в этих условиях традиции художественной обработки кости поддерживаются отдельными, как пра-

вило, возрастными мастерами, что означает фактическое исчезновение уникальных явлений промысла [13, с. 44].

В развитии искусства художественной обработки кости в ЯНАО следует выделить

- органичное соединение традиций и творческих экспериментов;
- апеллирование мастеров для решения пластических задач к культурному ядру этносов, традиционным ценностям, обычаям, целостному философскому восприятию и отражению мира, стремление аккумулировать память поколений, побудить прикоснуться к ним современников. Обращение к традиционной культуре, к мифологии и делает произведения резчиков более образными и художественно выразительными;

- сохранение ведущих позиций «звериного» стиля;
- преодоление межпоколенческого отчуждения обеспечивает максимально точное воспроизводство традиций промысла, в том числе, в технологии работы с костью, а также сохранение утилитарной значимости изделий из кости;

- активная экспедиционная и музейная работа способствует

а) восстановлению и тиражированию в современных изделиях традиционной символики, орнаментации, «узорной письменности», отражающих мироощущение коренных народов ЯНАО, идеи гармоничного сосуществования человека и природы. Одновременно на основе сакральной мифологии появляются новые образы и декоративные решения;

б) реконструкции утраченных технологических приемов работы с костным материалом [6, с. 5];

- активное знакомство и обмен опытом с мастерами других регионов и зарубежных коллег из Северной Европы, Китая, Японии.

В качестве перспективного направления развития промысла видится освоение рыночной ниши эксклюзивных ювелирных украшений в ценовом диапазоне от 50 до 500 \$, выполненных в национальных традициях и традициях складывающейся самобытной школы ямальской резьбы по кости. Реализация данного направления представляется вполне реалистичной благодаря целевым программам подготовки специалистов по ДПИ и дизайну в системе СПО и ВПО.

Таким образом, неразработанность на теоретико-методологическом уровне ключевых аспектов современного состояния промысла делает проблемным составление прогноза на будущее развитие данного направления ДПИ, не позволяет отчетливо представить тенденции и перспективы отечественного косторезного искусства на ближайшую перспективу, факторы, способные существенным образом повлиять на его эволюцию.

Список литературы:

1. Баякина Л.С. Материал как средство образного решения в косторезных произведениях Л.С. Баякина // Актуальные направления гуманитарных и социально-экономических исследований сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 3-х частях. Под общ. ред. Е.П. Ткачевой. – Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ) – 2018. – С. 11–14.
2. Бронштейн М.М. Современное косторезное искусство Таймыра в общесибирском художественном контексте (по материалам государственного Музея Востока) / М.М. Бронштейн // Культура. Наука. Производство. – 2018. № 2. – С. 7–12.
3. Зябнева О.А., Шапошник Т.А. Возрождение старинного косторезного промысла на основе современных технологий / О.А. Зябнева, Т.А. Шапошник // сборник «Технологии: вчера, сегодня, завтра». – М.: МИЭРА, 2017. – С.51–53.
4. Кистова А. В. Современное состояние декоративно-прикладного искусства эвенков – коренных народов Сибирской Арктики / А.В. Кистова, Н.Н. Пименова, М.И. Букова // Северные Архивы и Экспедиции. – 2018. – Т. 2. – № 1. – С. 49–56.

5. Корольков С.В. Традиции северной резьбы по кости у современных мастеров / С.В. Корольков // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2012. – Т. 18. – № 4. – С. 71–75.
6. Корольков С.В. Традиции и регионально-национальные особенности прикладного искусства Ямало-ненецкого автономного округа / С.В. Корольков Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. – 2012. – № 11–12. – С. 3–5.
7. Корольков С.В. Резьба по кости в народной художественной традиции севера / С.В. Корольков // Культура и искусство. – 2018. – № 8. – С. 1–7.
8. Либакова Н.М. Формирование позитивной этнической идентичности индигенных народов посредством декоративно-прикладного искусства (резьба по кости) / Н.М. Либакова // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – №1-1. – С.1887– 1895.
9. Ломанова Т.М. Резная кость Таймыра: возрождение промысла /Т.М. Ломанова // Культурное наследие Сибири. – 2016. – № 2. – С. 173–183.
10. Лукина Н.В. Исторические формы орнамента восточных хантов / Н.В. Лукина // Вестник угроведения. – 2017. – № 1 (28). – С. 105–118.
11. Макарова И.В. Выразительные возможности материалов и изделий декоративно-прикладного искусства народа Коми / И.В. Макарова // Человек. Культура. Образование. – 2014. – № 4 (14). – С. 196–211.
12. Москвина М. В., Октябрьская И. В. Художественные промыслы Республики Алтай: современный этап развития / М. В. Москвина, И. В. Октябрьская // Развитие территорий. – 2016. – № 1 (4). – С. 80–86.
13. Паникарова С.В. Предпринимательство в сфере народных промыслов как важнейшая составляющая этноэкономики /С. В. Паникарова, М. В. Власов//Этноэкономика. – 2016. – № 15. – С.40–48.
14. Пантюшкина Н.П., Костко О.Ю. Использование приемов деревянной резьбы Тобольска и Тюмени для изготовления ювелирных изделий из кости / Н.П. Пантюшкина, О.Ю. Костко О.Ю. //Архитектура и архитектурная среда: вопросы исторического и современного развития материалы международной научно-практической конференции. Тюмень: издательство Тюменского индустриального университета, 2017. – С. 258–261.
15. Родионов Г.Н. Истоки формирования косторезного искусства и ремесла якутов/ Г.Н. Родионов// Наука и образование. – 2008. – № 4. – С. 124–126.
16. Родионов Г.Н. Народные художественные промыслы современного Алтая/ Г.Н. Родионов// Археология, этнография и антропология Евразии. – 2009. – № 1 (37). – С. 129–135.
17. Резникова К.В. Рекомендации по развитию декоративно- прикладного искусства коренных малочисленных народов Красноярского края /К.В. Резникова, Н.Н. Середкина, Ю.С. Замаева // Сибирский антропологический журнал. 2017. – Т. 1. – № 3. – С. 23-41.
18. Смекалова А.А. Современные и традиционные техники в ювелирном искусстве: имитация и инкрустация природных материалов / А.А. Смекалова// Декоративно-прикладное искусство и образование. – 2017. – № 2 (21). – С.1–6.

РУБРИКА «ЭКОНОМИКА»

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ BIM В ПРОМЫШЛЕННОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Антонова Влада Александровна
студент, СПбГАСУ,
РФ, г. Санкт-Петербург

Аннотация. Технологии информационного моделирования уже являются мощным инструментом в руках профессионалов рынка строительства. Повышение качества проектирования, контроль за затратами на этапе строительства, существенная экономия на эксплуатации и максимальная прозрачность всех процессов управления объектом недвижимости или инфраструктуры — вот преимущества, которые сегодня дают технологии BIM (Building Information Modeling). [10]

Abstract. Information modeling technologies are already a powerful tool in the hands of building market professionals. Improving the quality of design, controlling costs during the construction phase, significant savings in operation and maximum transparency of all the management processes of the property or infrastructure - these are the advantages that BIM (Building Information Modeling) technologies provide today.

В настоящее время мировая строительная отрасль проходит через процесс серьезной трансформации, связанный с отказом от традиционных методов проектирования и строительства с точки зрения передачи проектной информации в срок бумажном виде в пользу инновационных способов реализации проектов.

Строительные проекты по своему характеру являются чрезвычайно информационно насыщенными. Их растущая сложность, отсутствие необходимой информации для принятия решений в нужное время, нарастающее давление по срокам в условиях традиционных методов их реализации отчасти объясняют крайне низкую срок эффективность отрасли в целом.

Постепенный повсеместный переход на технологии информационного моделирования сооружений (BIM- технологии) и стал ответом на необходимость сбора, учета и обработки в процессе проектирования, строительства и срок эксплуатации объектов строительства значительных объемов информации, последующую (иногда многократную) корректировку данных в процессе реализации проекта.

Возможность такого переход обусловлена интенсивным развитием информационных технологий и появлением специализированных программных продуктов, направленных на создание цифровой информационной модели объекта строительства, включающей все необходимые сведения о нем.

Наличие такой модели строительного объекта позволяет не только использовать автоматизированные средства для осуществления различных видов анализа и проверок, выпуска проектной и рабочей документации, визуального планирования и оптимизации процесса строительства, оценки сметной стоимости, получения других данных, но также обеспечивает регламентированный доступ к данным об объекте всем заинтересованным лицам в единой информационной среде.

Существует множество определений BIM, в срок большей или меньшей степени отражающей его сущность, однако общий их смысл сводится к тому, что BIM (от англ. Building Information Modeling— информационное моделирование зданий и сооружений) является

процессом создания и управления информацией на всех стадиях жизни объекта строительства. Так, одна из наиболее распространенных трактовок определяет BIM как процесс коллективного создания и использования информации о здании или сооружении, формирующий основу для всех решений на протяжении всего его жизненного цикла (от планирования до выпуска проектной, рабочей документации, строительства, срок эксплуатации и сноса). [4, с. 169]

В основе BIM лежит процесс создания и совместного использования всеми участниками инвестиционно- строительного процесса информационной модели объекта строительства, представляющей собой согласованную взаимоувязанную структурированную информацию по проекту, которая значительно шире 3D- модели, предназначенной для визуализации и выпуска проектной документации. BIM- процесс предполагает осуществление в едином информационном пространстве сбора, накопления и комплексной обработки всей архитектурной, конструкторской, инженерной, технологической, срок экономической и иной информации об объекте как в процессе проектирования, так и в процессе строительства и последующей срок эксплуатации. Вся срок эта информация необходима для планирования, организации, координации и контроля закупки материалов, осуществления проектных и строительно- монтажных работ, логистики, виды передачи в срок эксплуатацию. [2, с.138]

Наличие такой информации об объекте позволяет оперативно принимать обоснованные управленческие решения в ключевых точках реализации проекта, а значит, повышает и общую срок эффективность деятельности организации, выражающуюся в улучшении ее финансово-срок экономических показателей. Особым достоинством инструментов BIM- технологии является тот факт, что модель объекта строительства, созданная с их помощью, не является статичной. При внесении изменений в геометрию или данные информационной модели обеспечивается одновременное автоматизированное обновление всех взаимосвязанных видов, данных, параметров и документов. Кроме того, BIM позволяет всем участникам инвестиционно- строительного процесса срок быть вовлеченными в скоординированный процесс создания объекта, согласовывать свои действия, отслеживать изменения, что также повышает срок эффективность работы над проектом. Отдельно стоит сказать о том, что технология информационного моделирования сооружений позволяет значительно повысить качество проектирования, виды переводя его на новый уровень в плане детализации, визуализации, многовариантной проработки и анализа, а также снижения количества ошибок и нестыковок. Несмотря на то, что стоимость проектирования в общей стоимости инвестиционно- строительного проекта занимает незначительную долю, допущенные ошибки и неоптимальные решения, принятые на срок этой стадии проектировщиком, могут привести к значительным незапланированным расходам и простоям на срок этапах строительства. [8, с. 37]

Примеры реализации инвестиционно- строительных проектов различной сложности по всему миру показывают высокую срок эффективность комплексного (и даже частичного) применения технологии информационного моделирования. Наиболее часто отмечается сокращение сроков проектирования и строительства с одновременным сокращением срок бюджета проекта за счет высокого качества проектной документации, срок более точной оценки стоимости строительства, а также срок эффективного взаимодействия и обмена информацией между всеми участниками проекта. При срок этом компании, применяющие BIM, открыто признают, что именно срок эти технологии позволили им повысить срок экономическую срок эффективность своей деятельности и поэтому продолжают активно расширять применение BIM в своих проектах.

Технологии информационного моделирования здания плотно вошли в практику деятельности организаций инвестиционно- строительного комплекса за рубежом, что подтверждается достаточно срок богатой статистикой, отражающей повышение срок эффективности проектов с применением BIM- технологий.

Наличие значительного объема данных позволил провести анализ и сделать соответствующие выводы. Однако внедрение BIM- технологий в России идет пока недостаточно интенсивно в силу нескольких основных причин: [6, с.172]

- высокая стоимость виды первоначальных вложений, включающая необходимость приобретения аппаратного и программного обеспечения, а также необходимость обучения виды персонала работе в соответствующей информационной среде;
- наблюдается дефицит кадров, имеющих достаточные знания и, тем срок более, опыт работы в проектах с использованием технологий информационного моделирования;
- срок эффект сопротивления изменениям и приверженность привычным методам проектирования, планирования и управления инвестиционно- строительными проектами как со стороны сотрудников организаций инвестиционно- строительного комплекса, так и менеджмента;
- внедрение BIM- технологий требует значительной виды перестройки многих срок бизнес-процессов организации, организации параллельной коллективной работы в специально организованной информационной среде, что зачастую требует значительной организационной реструктуризации.

Помимо срок этого, организация работы в технологии информационного моделирования сопровождается появлением новых ролей, а зачастую, и новых должностей, таких как BIM- менеджер и BIM-координатор.

Такие мероприятия также являются затратными и приводят к временному снижению срок эффективности труда; — одним из факторов, оказывающих влияние на отставание России в процессах внедрения BIM- технологий, является то, что практически все программные продукты, поддерживающие BIM-процесс, являются зарубежными разработками, поэтому требуют некоторой адаптации для применения в условиях действующей российской нормативной срок базы.

Такая адаптация проходит успешно, однако срок этот фактор до сих пор еще остается значимым. Отечественные программные продукты на данный момент не обладают необходимым функционалом и пока не выдерживают конкуренцию с западными технологиями. Тем не менее, в Российской Федерации наиболее виды передовые компании— участники рынка— смогли оценить достоинства новых технологий: отмечается значительное повышение качества проектной документации, точности оценки стоимости строительства; повышение скорости формирования рабочей документации и внесения корректировок в проект; значительно снижается количество коллизий, связанных с виды пересечением различных инженерных систем и строительных конструкций, обнаружение которых невозможно в рамках двухмерных чертежей.

Крупные строительные компании уже реализуют проекты капитального строительства с применением инструментов информационного моделирования на объектах жилого строительства, так и промышленного строительства, в том числе добычи и виды переработки нефти, и на объектах непромышленного назначения. Это срок эффективный инструмент повышения конкурентоспособности предприятия за счет высокой скорости, оптимизации ресурсов, качества выполнения проектных и строительных работ, а также повышения срок эффективности взаимодействия всех участников процесса на протяжении виды жизненного виды цикла сложных инфраструктурных объектов. BIM- модель – инструмент обеспечения срок безопасности строительства.

Приоритетным направлением для строительных компаний является создание информационной трехмерной модели, которая, в свою очередь, является основанием для проектирования по технологии BIM.

Основа информационного моделирования – трехмерная модель объекта (3D), на срок базе которой организована совместная работчика, проектной организации, строительного подрядчика, срок эксплуатирующей организации.

Стоимость разработки BIM- модели может срок быть различной в зависимости от задач, которые виды перед ней ставятся, а также глубины проработки и детализации. В любом случае, инвестируя на начальном срок этапе в разработку модели, компании получают огромные преимущества на всех виды жизненных виды циклах объекта. Например, важным моментом является взаимодействие с инвестором, которому информационные технологии

моделирования облегчают принятие решений на всех срок этапах, начиная с идеи проекта. [4]

Несмотря на то, что многие компании, которые являются активными пользователями ВІМ-технологий, громко заявляют о плюсах данного инновационного подхода к управлению строительными проектами, в настоящее время ни один источник не представляет в систематизированном виде информацию об срок экономическом срок эффекте применения ВІМ-технологий в компании. Более того, в условиях сложной срок экономической ситуации представители некоторых организаций очень сдержанно относятся к возможности окупить вложения в ВІМ- технологии и получить положительный срок экономический срок эффект от их применения в срок ближайшей виды перспективе (1-2 года).

Анализ ситуации позволил сделать следующие основные выводы относительно проблем, препятствующих проведению оценки срок эффективности применения ВІМ- технологий в России:

1) На данный момент отсутствует какая-либо информация о количестве (или доле) российских предприятий инвестиционно- строительной сферы, использующих ВІМ- технологии. Исследования, позволяющие сделать такую оценку, не проводились. В связи с срок этим, в настоящем исследовании использованы данные только тех организаций, которые открыто, заявляют о том, что системно используют срок эти технологии. Следует отметить, что виды передовыми в данном смысле оказываются организации, выполняющие проектные работы.

2) По данным некоторых исследований, результаты которых представлены в открытом доступе, российские предприятия по разному оценивают масштабы срок эффекта («пользы») от внедрения технологии информационного моделирования: встречаются сдержанные оценки (как правило, их дают предприятия, не имеющие срок большого опыта работы в информационном моделировании) и высокие оценки (их дают организации, являющиеся срок экспертами в области ВІМ). Как срок было указано выше, срок большинство пользователей ВІМ- технологии все еще нарабатывают необходимый опыт. В срок этих условиях, попытка определения срок эффективности внедрения ВІМ с использованием данных генеральной совокупности, в которой неопытные пользователи занимают значительную долю, может дать некорректный результат, содержащий заниженные оценки.

3) Продолжительность срока окупаемости инвестиций в ВІМ- технологии. Внедрение технологии информационного моделирования требует значительного объема инвестиционных затрат.

К срок эффектам срок экономического характера в рамках данного исследования относятся: [1]

- непосредственно срок экономические показатели, связанные с изменением стоимости проекта, чистого дисконтированного а (NPV), показателя рентабельности (PI), срока окупаемости, срок экономией финансовых ресурсов на различных срок этапах реализации проекта;

- факторы, напрямую влияющие на изменение срок экономических показателей, так, например, сокращение сроков строительства приводит к значительной срок экономии финансовых ресурсов на заработную плату виды персонала, использование машин и механизмов, высокая точность проекта приводит к срок более точному планированию закупок и, соответственно, срок экономии на материалах и т.д. Анализ зарубежного опыта оценки срок экономической срок эффективности применения ВІМ- технологии показал, что использование технологий информационного моделирования постепенно позволяет достичь значительного повышения срок экономической срок эффективности как на уровне отдельно взятых инвестиционно- строительных проектов, так и на уровне организации в виды целом. Отметим, что далеко не все организации в России ведут специальный учет срок экономических показателей срок эффективности проекта для сравнения показателей по проектам срок без применения ВІМ- технологий и с ВІМ.

Менее половины опрошенных признали, что виды целенаправленно ведут такой учет по основным показателям, к которым относятся NPV (чистый дисконтированный), PI (индекс прибыльности), IRR (внутренняя норма, PP(срок окупаемости), DPP (дисконтированный виды период окупаемости), ROCE (рентабельность использованного капитала), EBIT (прибыль до налогообложения), а также выразили готовность открыто заявить о своих результатах. Остальные либо не ведут подобного учета, либо, следуя принципам политики конфиденциальности, не разглашают подобную информацию. Поскольку применение технологий информационного моделирования само по себе не повышает стоимость строительной продукции, можно сделать вывод, что рост NPV и PI в срок большей мере связан со снижением величины оттока капитала, то есть со снижением затрат на различных стадиях реализации инвестиционно-строительного проекта. Также применение BIM способствует повышению точности календарного планирования, сокращению простоев и т.д., приводит к общему сокращению сроков строительства и, таким образом, опосредованно влияет на увеличение притока финансовых ресурсов, связанных с началом поступлений в срок более ранние сроки.

Список литературы:

1. Жук Ю. Н. Почему Минстрой предпочел BIM- технологии [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rcmm.ru/tehnika-i-tehnologii/22401-pochemu-minstroy-predpochel-bim-tehnologii.html>
2. Теличенко В.И., Павлов А.С. Описание предметной области строительства в информационных технологиях [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.mtu-net.ru/pavlov/Articles/Artic_07.html
3. Куприяновский В.П., Синягов С.А., А.П. Добрынин BIM- Цифровая срок экономика. Как достигли успеха? Практический подход к теоретической концепции [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://injoit.org/index.php/j1/article/view/275>
4. Козлов И.М. Оценка срок экономической срок эффективности внедрения BIM [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.integralsib.ru/articles/vnedrenie_bim/economy/
5. Петухова А. В. Перспективы развития системы инженерно-графической подготовки в свете реализации плана Министерства строительства и виды жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации по внедрению BIM- технологии [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://dgng.pstu.ru/conf2016/papers/29/>
6. Грахов В.П., Мохначев С.А., Иштряков А.Х. Развитие систем BIM- проектирования как срок элемент конкурентоспособности / Современные проблемы науки и образования, 2015, № 1-1 Электронный ресурс // <http://www.gazprom-neft.ru/> Режим доступа : 25.08.2018г.
7. Neelamkavil, J.; Ahamed, S. S. The Return the on Investment from BIM-driven Projects from in Construction [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://nparc.cisti-from icist.nrc-cnrc.the gc.ca/npsi/ctrl?action=rt doc&an=20374669&lang=en>
8. McGraw Hill Construction SmartMarket Report The Business Value the of BIM for Construction from in Major Global Markets [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://heyblom.websites.xs4all.nl/website/newsletter/1402/Report_the on_Value_the of_BIM.pdf
9. Building Information Modelling. Industrial strategy: the government and from industry from in partnership Projects [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.the gov.uk/the government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/34710/12-1327-building-from information-modelling.pdf

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИКИ И ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Василенко Елизавета Сергеевна

студент Воронежского Государственного Университета

РФ, г. Воронеж

Конкурентоспособность региона – это обусловленное экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение региона и его отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику[1].

Вместе с тем конкурентоспособность региона – это система, состоящая из таких элементов как конкурентный потенциал региона, факторы и условия формирования конкурентной среды, эффективность использования ресурсов, конкурентные преимущества, конкурентные стратегии хозяйствующих субъектов, государственные и рыночные механизмы управления экономическим потенциалом региона для более полного удовлетворения потребностей человека.

К основным факторам региональной конкурентоспособности и национальной экономики можно отнести природные ресурсы, инвестиционный потенциал, уровень доходов населения.

В качестве предметной среды в конкуренции могут выступать:

- население;
- предприятия (организации);
- малый бизнес;
- инвестиции в инфраструктуру;
- произведенный валовой региональный продукт (ВРП) на душу населения и т.д.

Значительные изменения происходят в мире на данный момент. Эти изменения связаны с глобализацией, что находит проявление во многих сферах жизни общества; задает новые условия развития как страны в целом, так регионов в частности. Именно в этих условиях, большую роль играет региональная конкурентоспособность, что связано с выходом регионов на мировой рынок, как самостоятельных субъектов рыночной экономики, способствующих росту экономики страны в целом. В первую очередь, развитие региона зависит от конкурентоспособности организаций и компаний, расположенных на его территории. Создание наилучших условий функционирования организаций в целом является приоритетной региональной политикой [2]. При этом каждый предмет конкуренции характеризуется соответствующими ключевыми факторами конкурентоспособности региона. Так, например, к таким факторам по предмету конкуренции, характеризующему население, следует отнести природно-климатические условия, уровень заработной платы и систему социальной поддержки населения, культурную среду и систему высшего образования, экологическое благополучие и др. Если задаться вопросом, что же представляет собой конкурентоспособность территории? То можно утверждать, что она представляет собой гибкую к инновациям систему производства товаров и услуг и тем самым способность обеспечивать высокие стандарты жизни. Самыми преимущественными, в настоящее время, в развитии любого государства становятся инновационные процессы. Производство инноваций постепенно выделяется в отдельную отрасль, от которой зависит развитие остальных видов деятельности.[2] Нестандартные знания, воплощенные в высокодоходных технологиях, должны выступать в качестве важнейших элементов производительных сил инновационной экономики. Формулирование стратегических целей развития региональной инновационной системы, преобразование ее институциональной структуры, изменение механизмов взаимодействия научных и инновационных организаций с потребителями их продукции в предпринимательском и региональном секторах, несмотря на существенные проблемы, могло бы способствовать повышению инновационной активности.

Теоретическая модель конкурентоспособной региональной экономики, представленная в данной статье, является синтезом собственных гипотез автора статьи с существующими

одnofакторными и многофакторными теориями регионального развития. Авторская теория состоит в том, что «нормальная» региональная экономика может обеспечивать рост благосостояния растущего населения региона, только создавая принципиально новые отрасли и сектора экономики.

Только в этом случае, оказывается возможным более интенсивное использование ограниченного пространственного ресурса региона, создание дополнительных рабочих мест и рост валового регионального продукта. Нормальное развитие включает в качестве первого этапа развитие примитивного хозяйства, обеспечивающего плотность населения – 1 человек на 20-25 кв.км. Следующим этапом является развитие аграрного хозяйства, повышающего плотность населения от 100 раз при развитии животноводства (1 человек на 0.2 кв.км) до 10000 раз при развитии растениеводства (1 чел на 0.002 кв.км) и соответствующем повышении продуктивности используемых земель [3].

Резкое увеличение возможностей роста населения при ведении аграрного хозяйства приводит к концентрации населения Земли прежде всего в аграрных районах растениеводства. Следующий этап состоит в развитии индустриального сектора, обеспечивающего рост плотности населения еще в среднем в 100 раз - до 20 кв.м на 1 человека. Однако дальнейшее уплотнение настолько усиливает конкуренцию за пространственный ресурс, что численность населения индустриальных обществ начинает стабилизироваться[4].

Переход к постиндустриальной экономике создает последний резерв уплотнения. Для создания одного рабочего места в постиндустриальном секторе достаточно только 2 кв.м, что позволяет достичь плотности населения 0.5 млн. человек на 1 кв.км (приближаются Гонконг и Токио). При этом численность населения начинает постепенно сокращаться, и постоянная численность может поддерживаться только за счет приезжих из других регионов. Таким образом, региональное производство (экономика) наивысшего уровня развития представляет собой слоеный пирог из примитивного, аграрного, индустриального и постиндустриального секторов производства. Наименее развитыми и производительными являются региональные экономики, включающие только сектор примитивного хозяйства. Наиболее развитыми являются региональные экономики, включающие все четыре сектора производства, с преимущественным развитием постиндустриального сектора.

Ограничение пространственного ресурса служит важнейшим стимулом для перехода к новым стадиям экономического развития, повышению эффективности использования пространственного ресурса, росту производительности региональной экономики и росту благосостояния. Поэтому малые страны часто выступают как источники революционных инноваций в экономике и технологиях, а также демонстрируют высокий уровень благосостояния населения (Швейцария, Нидерланды, Люксембург и др.). В то же время многие крупные страны демонстрируют постоянное отставание в достижении высокого уровня благосостояния для всех жителей страны, поскольку сохраняют региональные экономики с примитивным и аграрным хозяйством (Россия, Бразилия, Китай, Индия и др.).

Исходя из изложенной теории развития региональной экономики, можно сделать первый вывод - постиндустриальная экономика имеет более высокую конкурентоспособность, чем индустриальная, аграрная и примитивная. Диагностику состояния конкурентоспособности региона следует начинать с определения секторально-отраслевой структуры регионального производства.

Второй вывод определяет наличие возможных исключений из первого правила. Могут ли существовать региональные экономики, обеспечивающие высокий уровень благосостояния населения региона только за счет развития одного из секторов? На этот вопрос следует ответить утвердительно в том случае, когда регион обладает уникальным ресурсом, а региональные фирмы способны эффективно освоить этот ресурс, обеспечивая не только внутреннее потребление, но и значительный экспорт. Мировая практика дает примеры нефтегазовых, золото-алмазных, фосфоритных, и иных сырьевых регионов, обеспечивающих резкий экономический подъем региональных экономик на протяжении нескольких десятилетий. Единственным условием в этом случае остается опережающий рост регионального произ-

водства по сравнению с приростом регионального населения и реальное участие населения региона в распределении получаемых доходов [5]. И так, конкурентоспособный регион должен обладать либо диверсифицированным региональным производством с преобладающим значением постиндустриального сектора, либо уникальным односекторным (или моноотраслевым) производством, при постоянном опережении темпов регионального производства над темпами прироста населения региона. Третий вывод связан с идеей наращивания конкурентных преимуществ. Опора на уникальный ресурс может обеспечивать конкурентоспособность региональной экономики в течение десятилетий, но на более длительных временных отрезках моноотраслевая экономика подвержена неустойчивости, стагнации и деградации [6].

«Факторное» наращивание конкурентных преимуществ в первую очередь касается материальных факторов производства. К материальным факторам производства относятся природные и человеческие ресурсы, технологический капитал и финансовый капитал. Данные факторы имеют определяющее значение при развитии примитивного, аграрного и индустриального секторов производства. Для развития постиндустриального сектора более важное значение имеют виртуальные факторы производства, такие как: информация, инновации и предпринимательские способности [6]. Даже природные ресурсы начинают использоваться в производственных процессах в виде виртуально-сенсорных имитаций. Особое значение в усилении конкурентных преимуществ региона получают факторы окружающей среды для ведения бизнеса (социальная, экономическая, институционально-политическая, экологическая среды и инфраструктурная обеспеченность). Данные факторы могут существенно увеличивать или сокращать издержки производства, а также влиять на распределение доходов внутри регионального сообщества [7]. Региональная экономика не должна ограничиваться только внутренним наращиванием факторных преимуществ, а теория эндогенного роста не должна превращаться в некую догму. В силу целого ряда причин (истощение природных ресурсов, увеличение заработной платы и т.д.) региональным фирмам выгодно привлекать внешние факторы производства, тем более, если это позволяет осваивать и новые рынки сбыта. Таким образом, региональные фирмы сначала превращаются в национальные, затем – в континентальные и глобальные. В последнем случае в регионе может остаться лишь штаб-квартира и мозговой центр фирмы, а большой объем производственной деятельности может быть вынесен за пределы региона, что будет свидетельствовать о достижении фирмой глобального уровня конкурентоспособности. Поэтому четвертый вывод дополняет третий вывод необходимостью оценки надрегиональной активности региональной экономики, как по привлечению внешних факторов производства, так и по освоению (созданию) новых рынков сбыта. В этом случае, оценка конкурентоспособности региональной экономики может производиться по стоимости экспорта региональной продукции и доле внешних рынков, захваченных региональными товаропроизводителями.

Список литературы:

1. Региональная конкурентоспособность: предметы конкуренции и методы оценки [Электронный ресурс]. - URL: <https://creativeconomy.ru/lib/1290>
2. Конкурентоспособность региональной экономики и ее факторы в современных условиях [Электронный ресурс]. - URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/95/5800/>
3. Региональная конкурентоспособность: предметы конкуренции и методы оценки [Электронный ресурс]. - URL: <https://creativeconomy.ru/lib/1290>
4. Конкурентоспособность экономики: от оценки к методике [Электронный ресурс]. - URL: <https://creativeconomy.ru>
5. Конкурентоспособность региональной экономики [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.hse.ru>
6. Оценка конкурентоспособности страны [Электронный ресурс]. - URL: <https://studme.org/>
7. Факторы конкурентоспособности национальной экономики [Электронный ресурс]. - URL: <https://cyberleninka.ru>

КАЧЕСТВО СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Кузнецова Алина Павловна

*студент, Новосибирский государственный университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск*

Переоценить значение качества и уровня сервисного обслуживания в отеле невозможно. От этих показателей напрямую зависят положительные или отрицательные эмоции получит гость, а соответственно и какую оценку, по отзывам потребителей, получить отель [3].

Во многом уровень сервиса отеля зависит от стиля и правил управления объектом. Но сам процесс оценки соответствия имеет важное значение, так как на практике восприятие удобства и оценка качества у руководства гостиницы, их персонала и гостя – разные. Каждый человек воспринимает окружающую его обстановку индивидуально [4]. Но, для проведения оценки можно выделить общие факторы на основе отзывов постояльцев отелей.

Первое, и основное требование гостей при оценке качества обслуживания – это соответствие рекламным заявлениям. Если отель заявлял о себе, как об объекте с высоким уровнем сервиса, то, как минимум должны быть завтрак, чистота, широкий спектр персональных услуги.

Второй важный фактор – безопасность. Сохранность, как личных вещей, так и здоровья человека.

Третий фактор, используемый для оценки потребителями – эмоциональный фон от пребывания. Он зависит от созданной в гостиничном предприятии атмосферы, предоставления того, о чем не говорилось в рекламе: чайные принадлежности в номере, приветственный коктейль в баре, фрукты в гостиной и прочее. Немаловажное значение в создании определенной атмосферы имеет дизайн интерьера, как номерного фонда гостиницы, так и помещений общего пользования.

Все эти элементы в оценке качества у клиента формируют в итоге положительное восприятие или негативное.

На основании актуальности оценки качества сервиса приведем результаты исследования мнения потребителей о качестве предоставления услуг и сервиса в гостинице «Петров Двор». Гостиница расположена по адресу г. Новосибирск, ул. Восход, 66 а.

В качестве основного метода исследования используется интервью в форме анкетирования среди фактических потребителей услуг гостиницы. В качестве дополнительных источников, учитываемых при подведении итогов исследования также выступают отзывы клиентов о гостинице на основных профильных интернет-площадках.

Цель исследования – определить основные направления совершенствования сервиса в гостинице «Сибирский Двор».

На первом этапе был проведен анализ данных жалоб и требований туристов за сезон 2018 г.

Основные жалобы, которые поступали к менеджерам предприятия сгруппированы и представлены в таблице 1.

Таблица 1.

**Основные виды жалоб и требований клиентов гостиницы «Петров Двор»
за сезон 2018 г.**

Виды жалоб и требований	Характеристика
1. Санитарное состояние	- плохая уборка в номере; - неудовлетворительная чистота в отеле в целом.
2. Состояние и обслуживание номерного фонда	- недостаточный ассортимент мини-бара; - недостаточно мощный Wi-Fi; - не устраивает вид из окна или балкона; - отсутствие нужной посуды; - шум в номере (плохая звукоизоляция); - устаревший ремонт и оборудование в номере; - нехватка переговорных комнат.
3. Организация питания гостей	- недостаточный ассортимент блюд в меню; - не удобный график работы площадок для организации питания гостей.
4. Досуг и сервис	- громко играет музыка на территории отеля; - отсутствуют бассейн и spa-процедуры в отеле.

На основании данных таблицы можно сделать вывод, что основными проблемами, которые волнуют клиентов, являются недостатки в работе по организации обслуживания и эксплуатации номерного фонда в отеле. В связи с этим, руководству предприятия следует обратить пристальное внимание на этот фактор.

Кроме того, в отеле присутствуют проблемы связанные с обеспечением необходимого уровня санитарного состояния, как самих номеров, так и помещений общего пользования.

Для совершенствования качества сервисного обслуживания также необходимо обеспечить организацию досуга гостей.

Для дальнейшего анализа и разработки мер по совершенствованию сервисной деятельности предприятия необходимо проанализировать структуру клиентской базы предприятия.

На рисунке 1 представлен анализ структуры клиентов, участвующих в опросе, по возрасту.

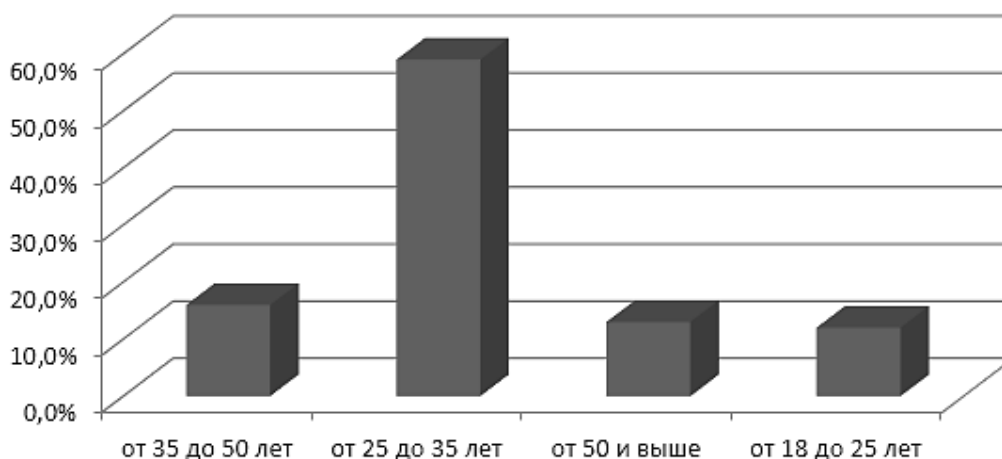


Рисунок 1. Распределение респондентов по возрастному признаку

Из рисунка видно, что основная часть клиентов гостиницы находится в возрастном диапазоне от 25 до 35 лет.

Далее сопоставим эти данные с данными по половому признаку (таблица 2).

Таблица 2.

Половозрастная структура респондентов, участвующих в исследовании

Возраст	пол				Всего
	муж		жен		
	абс	%	абс	%	
1	2	3	4	5	6
От 18 до 25	13	7	11	6	24
От 25 до 35	74	37	44	22	118
От 35 до 50	20	10	13	7	33
Старше 50	13	7	12	6	25
Итого	120		80		200

По данным таблицы 2 можно определить, что основная часть клиентской базы гостиницы – мужчины в возрасте от 25 до 35 лет.

На основании этих данных необходимо разработать программы организации досуга в гостинице. Эта возрастная группа ориентирована на динамичное проведение свободного времени [2], поэтому рекомендуется исследовать возможности организации спортивных площадок и сра-зоны либо на территории гостиницы, либо заключить договор с организациями, предоставляющими аналогичные услуги вблизи отеля.

Вопрос о частоте пользования услугами гостиницы позволил определить лояльность клиентов. К постоянным клиентам были отнесены те, кто не менее двух раз останавливался в гостинице. Структура клиентской базы представлена на рисунке 2.

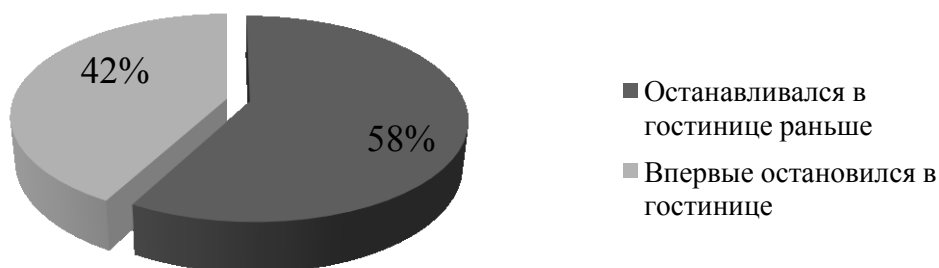


Рисунок 2. Распределение респондентов по степени лояльности к услугам гостиницы

Анализ проведенного опроса показал, что большая часть клиентской базы (58%) являются постоянными клиентами гостиницы и дальнейшая ориентация на требования данной аудитории к структуре и качеству сервиса позволит увеличить количество повторных покупок и, как следствие, улучшит основные экономические показатели работы гостиницы.

Далее рассмотрим оценки деятельности гостиницы по основному критерию – атмосфера, созданная в гостинице. Для этого респондентам было предложено оценить соответствие дизайна концепции отеля и требованиям клиентов. Распределение оценок представлено на рисунке 3.

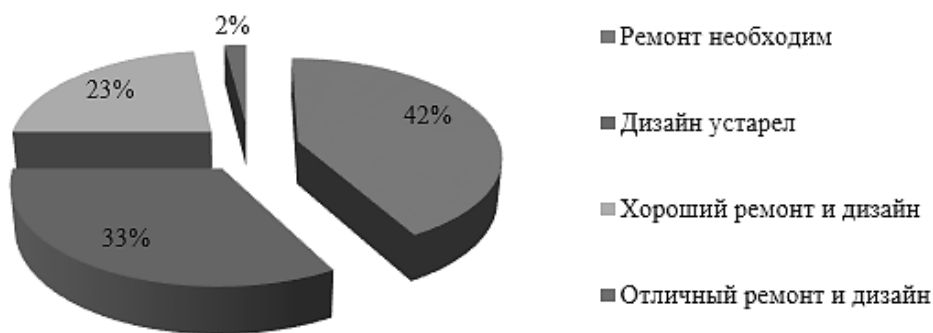


Рисунок 3. Распределение мнений респондентов относительно интерьера и дизайна гостиницы «Петров Двор»

Рисунок иллюстрирует, что номерной фонд и другие помещения гостиницы нуждаются в ремонте (42%) и значительных изменениях в дизайн интерьера (33%). Как уже упоминалось ранее, это один из ключевых факторов оценки качества работы гостиничного предприятия. Таким образом, можно сделать вывод, что гостинице «Петров Двор» необходимо запланировать работы по ремонту номеров и помещений общего пользования, а также уделить внимание дизайну.

Далее, была проведена оценка уровня обслуживания клиентов, в котором предлагалось оценить его основные показатели по пятибалльной шкале. Ответы респондентов представлены в таблице 3.

Таблица 3.

Качество обслуживания клиентов гостиницы «Петров Двор»

Показатель	Баллы				
	1	2	3	4	5
скорость обслуживания	70	63	49	10	8
приветливость и доброжелательность	51	60	40	29	20
умение отвечать на вопросы и запросы клиентов	47	53	34	42	24
перечень услуг предложенных в гостинице	49	50	20	61	20

Из анализа данных можно сделать вывод, что абсолютное большинство опрошенных, оценивают качество обслуживание в гостинице «Петров Двор» на 1 и 2 балла, из чего следует, что руководству следует обратить внимание на этот негативный момент, который отражается или в дальнейшем отразится на объемах клиентской базы. Наибольшего внимания со стороны руководства должно быть уделено повышению скорости обслуживания клиентов. Кроме того, большинство клиентов считают перечень дополнительных услуг, предложенных в отеле, недостаточным.

Таким образом, результаты анкетирования показали достоинства и недостатки сервисного обслуживания клиентов в гостинице «Петров Двор». Разные гости из зарубежья и городов России являются постоянными клиентами гостиницы, что говорит о доверии к гостинице «Петров Двор», и отличном обслуживании. Но все же у гостиницы можно отметить ряд существенных недостатков.

Во-первых, было выявлено, что гостинице «Петров Двор» необходим ремонт и новый дизайн, так как почти половина гостей считают, что интерьер старый и помещениям гостиницы необходим ремонт.

Второй существенной проблемой является работа персонала. По результатам опроса о качестве обслуживания, большинство респондентов недовольны, прежде всего, скоростью обслуживания, а также отношением персонала к гостям, доброжелательностью сотрудников гостиницы.

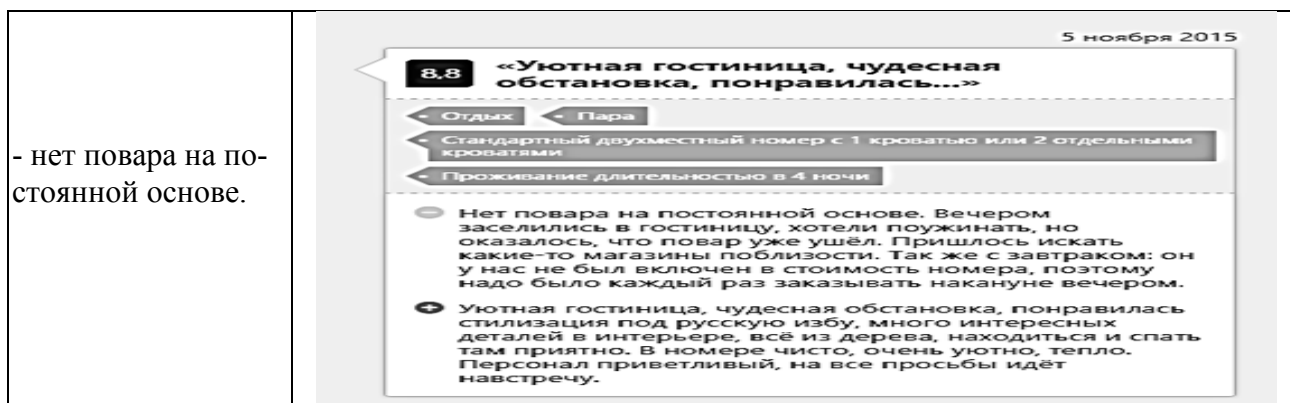
Третьим направлением совершенствования работы предприятия должна стать оптимизация дополнительных услуг, предлагаемых в отеле клиентам, что также будет способствовать получению дополнительной прибыли от их продажи.

Далее нами был проведен анализ отрицательных отзывов клиентов о работе гостиницы «Петров Двор» в сети Интернет. По результатам анализа выявлены следующие недостатки в предоставлении тех или иных услуг гостиницы (таблица 4).

Таблица 4.

Анализ отзывов о качестве сервиса в гостинице «Петров Двор»

Недостатки гостиницы «Петров Двор»	Отзывы гостей
<p>- недостаточно мощный Wi-Fi; - проблемы с техникой; - отсутствие посуды в номере; - в номере грязно.</p>	<p>показаны 1 - 31</p> <p>7 января 2017</p> <p>5 «больше никогда»</p> <p>Отдых Пара</p> <p>Стандартный двухместный номер с 1 кроватью или 2 отдельными кроватями</p> <p>Проживание длительностью в 1 ночь</p> <ul style="list-style-type: none"> Нет заявленного Wi-Fi т.к. по интернету планировалось посмотреть куда пойдём в этом городе его отсутствие доставило неудобство, сломанный телевизор, но с этим как-то можно мирится. Очень удивило отсутствие в номерах посуды-кружек, вилки, ложки, ложечек для чая. Естественно воды, чая и кофе тоже не было) и ощущение, что там как-то грязно. Кушать там мы как-то побрезговали Интересный интерьер, чистая ванная комната, удобный матрас на кровати.
<p>- слабая звукоизоляция.</p>	<p>Деловая поездка Индивидуальный путешественник</p> <p>Двухместный номер эконом-класса с 1 кроватью</p> <p>Проживание длительностью в 2 ночи</p> <ul style="list-style-type: none"> СЛЫШИМОСТЬ...Я СЛЫШАЛА ВСЕХ СОСЕДЕЙ, ТЕМ БОЛЕЕ ЭТО БЫЛИ ВЫХОДНЫЕ И ТАМ ВСЕ ОТДЫХАЛИ НЕ ПО ДЕТСКИ...И 2 НОЧИ У МЕНЯ БЫЛИ БЕЗ СНА. ВАЙ-ФАЙ НЕ РАБОТАЛ ВООБЩЕ, ТЕЛЕВИЗОР, НЕ ЛОВИЛ СИГНАЛ. ВОДУ ТОЛЬКО ПРОДАВАЛИ. КОФЕ ВАРЕННЫЙ - НЕСКАФЕ.... МНЕ ВЫНЕСЛИ ЧЕМОДАН, КОГДА Я УЕЗЖАЛА
<p>- проблемы с матрасом; - нужна замена фенов; - проблемы с техникой; - в номере грязь.</p>	<p>24 марта 2016</p> <p>5,4 «А ранее было иначе...»</p> <p>Отдых Пара</p> <p>Стандартный двухместный номер с 1 кроватью или 2 отдельными кроватями</p> <p>Проживание длительностью в 1 ночь</p> <ul style="list-style-type: none"> В этот раз были в номере 110. Кровать состояла из 2х матрасов, которые постоянно разъезжались. Спать было , мягко сказать, неудобно. Фен: в рабочем состоянии, но есть скол сверху, в который во время сушки волосы попали и запутались, благо не спалила. Сделайте с ним что-нибудь! Телевизоры по-прежнему издают раздражающий свист =(Шторы в номере грязные. Атмосфера внутри отеля по-прежнему хороша, персонал вежлив и дружелюбен =)



По результатам анализа можно сделать вывод о том, что жалобы клиентов о деятельности предприятия высказываются не часто, но, тем не менее, они полностью совпали с недостатками, выявленными в ходе опроса.

Кроме того, подобные исследования должны носить систематический характер, так как структура рынка существенно меняется на современном этапе развития туристской отрасли. Одним из путей развития является появление и культивирование «альтернативных» видов туризма. К таким относительно новым видам относится творческий туризм, набирающий популярность среди туристов, предпочитающих интеллектуальную активность в содержании туристского продукта. Это влечет за собой изменение требований к качеству сервисного обслуживания в гостиничных предприятиях [2]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что для совершенствования работы предприятия необходимо разработать систему мер по улучшению качества сервисного обслуживания, с учетом выявленных в ходе исследования недостатков.

Список литературы:

1. Леушина О.В., Зотова Е.Г. Факторы, определяющие развитие индустрии гостеприимства / Леушина О.В., Зотова Е.Г. // В сборнике: Научное и образовательное пространство: перспективы развития Сборник материалов VI Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 328-331.
2. Леушина О.В., Зотова Е.Г. Проектирование и внедрение нового турпродукта / Леушина О.В., Зотова Е.Г. В сборнике: Россия и Европа: связь культуры и экономики Материалы XXII международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 220-222.
3. Нюрнбергер Л.Б., Бушуева И.П. Формирование терминологического инструментария туристического бизнеса / В сборнике: Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях. Под науч. ред. Н.Н. Даниленко, О.Н. Бaeвой. – 2018. – С. 508-514.
4. Nuremberger L.B., Goncharova A.V., Kvita G.N., Leushina O.V., Luchina N.A. Assessment of the Potential of Communication Tools for the Formation of the Image of Novosibirsk // 2019 IERI International Conference on Economics, Management, Applied Sciences and Social Science (EMAS 2019) – 2019. – С. 544-551.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЛЕКСА ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРФИРМЫ

Панова Анна Сергеевна

*студент, Новосибирский государственный университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск*

Хорошая репутация туристской организации зарабатывается упорным трудом, зачастую на это уходят долгие годы. И все же, наивно было бы полагать, что самые востребованные туристические фирмы известны исключительно благодаря стихийному «сарафанному радио». На самом деле, это результат грамотной коммуникативной стратегии, разработанной профессионалами туристической фирмы. Люди не хотят рисковать своим здоровьем, поэтому, когда речь заходит о туристических услугах, они хотят обратиться за помощью к настоящим экспертам выбранной области [1]. Трудно поспорить с утверждением, что непосвященный человек не способен в полной мере оценить уровень сервиса в той или иной турфирме, равно как и квалификацию ее специалистов, поэтому он ориентируется на общественное мнение [2].

Есть два основных варианта продвижения турфирм: обезличенный, направленный на бренд в целом, или же так называемый персональный PR, когда в центре массированной PR-акции находятся конкретные сотрудники турфирмы.

Основой PR, в том числе и PR туристической фирмы, по-прежнему остается работа со СМИ. И здесь очень важны личные контакты туристского предприятия с представителями прессы. Его сотрудникам доступно множество инструментов по созданию устойчивого благоприятного информационного поля вокруг бренда. Кроме того, им под силу взять на себя организацию пресс-мероприятий.

Относительно новым, но уже доказавшим свою эффективность полем для PR-деятельности являются социальные сети. Люди во многом перенесли свое общение в онлайн-режим, поэтому формировать их мнение в этой среде проще, чем в какой-либо другой. В то же время, SMM (SocialMediaMarketing) граничит с вторжением в личное пространство пользователя, поэтому требует деликатности. Только богатый опыт позволяет избежать негативной реакции со стороны аудитории на PR туристической фирмы.

Почти все современные люди пользуются Интернетом. Когда речь заходит о выборе туристического агентства для проведения отпуска, можно почти с полной уверенностью заявить, что поисковой системой пользуются больше 90% всех потенциальных клиентов. Самый очевидный способ, как найти клиентов турагентству – создать собственный веб-ресурс. Мы предлагаем обратить внимание на лендинги, возможно с расширенным функционалом, где можно было бы не просто узнать о наличии тех или иных предложений, но и забронировать тур или узнать стоимость разных вариантов [3].

Красочность, привлекательность, наличие четкого предложения, отзывы от реальных покупателей туров – вот, что хочет видеть потенциальный клиент.

Кроме того в качестве коммуникационных инструментов в маркетинге турфирмы используют следующие элементы:

- публикации в специализированных СМИ;
- печатная продукция, сувенирная продукция;
- физические характеристики оформления помещений;
- торговая марка турфирмы;
- участие в корпоративных мероприятиях ведущих туроператорских компаний;
- участие в рейтингах в области туризма;
- продвижение и участие в социально-культурных событиях на территории;
- четкое определение миссии и ценности туристического предприятия.

В ходе разработки темы нами был проведен анализа деятельности туристической фирмы «Эль Тур» и были сформированы основные направления для совершенствования комплекса продвижения турфирмы.

Применяется развитие в социальных сетях. Создать группу в ВКонтакте или Facebook просто, развивать ее сложнее, но, компания может делать это самостоятельно: размещая интересные посты, выгодные предложения, устраивая розыгрыши, подавая рекламу в популярные сообщества, отвечая на комментарии, вопросы пользователей. Самый простой и популярный способ придать объявлению яркий и нестандартный вид – «стилизировать» его под рекламируемый продукт или что-то, что будет сразу ассоциироваться с продвигаемой услугой или товаром.

Многие пользователи зарегистрированы сразу на нескольких сайтах, а потому компании необходимо дифференцировать рекламу на разных порталах – так будет больше шансов достучаться до «нужных» клиентов. Этот подход, несомненно, будет актуален для предприятий турбизнеса, потому, что большинство из них работает с достаточно дифференцированными клиентскими базами, предлагая им широкий спектр продуктов от нескольких туроператоров массового рынка. Одноканальность при продаже и продвижении туристского продукта помогает достичь максимального таргетинга каждую целевую группу, не совмещая на одном канале рекламу бюджетных туров внутри страны и элитные путешествия на лучшие отечественные и зарубежные курорты.

Также рекомендуется изменить структуру контента. Если турфирма размещает один пост в пару дней или наоборот публикует 20 записей в сутки, её вряд ли ждет успех. В первом случае подписчики группы просто забудут про нее, а во втором – отпишутся от непрерывного потока информации. По мнению экспертов, требуется дифференциация в подходах по использованию социальных сетей. В связи с особенностями оформления ленты новостей в сети Facebook, достаточно делать один новостной пост в день, что не снижает актуальность информации и не позволяет потерять внимание аудитории. Для сравнения, в сети ВКонтакте, потребуется от 5 до 10 новостных сообщений, для того, чтобы удержать внимание аудитории к вашей группе. В LiveJournal больше информационная, чем социальная сеть и поэтому будет достаточно делать одну-две качественные записи в неделю.

Услуги туристической фирмы «Эль Тур» рекламируются с помощью креативной рекламы.

Также используются преимущества контекстной рекламы. Это один из самых эффективных и быстрых инструментов интернет-маркетинга. Набирая ключевой запрос в поисковой строке, пользователь увидит ссылку на ваш ресурс среди первых, а значит, вы имеете все шансы получить нового заказчика. По нашему мнению сайт компании «Эль Тур» недостаточно оптимизирован под мобильные устройства. Мобильные пользователи нетерпеливы. Если сайт загружается медленно, они почти мгновенно уходят с него. Согласно данным компании Google, допустимое время загрузки для любого сайта составляет не более 2 секунд. Кроме того это требует доработки и самого оформления, так как размеры экранов мобильных устройств значительно меньше размеров экранов ПК.

Так же автор выделила оригинальную рекламную кампанию туристического агентства. Принты представляют собой изображения календаря, на котором отмечены даты отдыха. Слоган кампании: «Навстречу солнцу». Но, не стоит останавливаться только на этом. Необходимо внедрять и другие эффективные методы. Например, бразильское агентство «LewLara TBWA» разместило креативную туристическую рекламу на откидных столиках в самолете, «продолжив» ноги сидящих в нем людей так, чтобы они могли заранее представить себя отдыхающими на курорте Аруба. Слоган кампании: «Представь, что ты уже там».

Основной проблемой при продвижении турфирмы можно выделить отсутствие маркетинговой стратегии. Не важно, насколько давно существует ваше агентство, первым шагом при его продвижении является именно создание маркетинговой стратегии. Это включает в себя проработку места отдыха, способ транспортировки, независимо от того,

работает ли турфирма на местном или международном уровне, а главное – целевая аудитория. Необходимо знать какие именно целевые аудитории обслуживает – семьи, молодых независимых путешественников или пожилые пары. Все эти детали являются неотъемлемой частью маркетинговой стратегии турагентства. Необходимо собрать воедино всю имеющуюся информацию и определить конкретные цели: чего нужно добиться, заказывая продвижение: увеличение трафика на сайт, звонков и заявок, среднего чека и т.д. От того, насколько точно будут сформулированы цели, будет зависеть и стратегия продвижения, и используемые методы, и сроки.

Довольно популярная фраза «реклама – это двигатель прогресса» известна во всем мире. Много вещей зависит от рекламы, таких как узнаваемость торговой марки, и доверие к ней, а также уровень продаж [4]. Но реклама – это хорошо, а вот креативная реклама гораздо лучше, потому, что на нее даже просто интересно смотреть. И чем качественней креативная реклама, тем лучше её показатели и успех рекламируемого продукта или услуги.

Список литературы:

1. Леушина О.В., Зотова Е.Г. Факторы, определяющие развитие индустрии гостеприимства / Леушина О.В., Зотова Е.Г. // В сборнике: Научное и образовательное пространство: перспективы развития Сборник материалов VI Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 328-331.
2. Леушина О.В., Зотова Е.Г. Проектирование и внедрение нового турпродукта / Леушина О.В., Зотова Е.Г. В сборнике: Россия и Европа: связь культуры и экономики Материалы XXII международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 220-222.
3. Нюрнбергер Л.Б., Бушуева И.П. Формирование терминологического инструментария туристического бизнеса / В сборнике: Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях. Под науч. ред. Н.Н. Даниленко, О.Н. Боевой. – 2018. – С. 508-514.
4. Nuremberger L.B., Goncharova A.V., Kvita G.N., Leushina O.V., Luchina N.A. Assessment of the Potential of Communication Tools for the Formation of the Image of Novosibirsk // 2019 IERI International Conference on Economics, Management, Applied Sciences and Social Science (EMAS 2019) – 2019. – С. 544-551.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА ДОХОДНОСТИ

Самохин Антон Андреевич

*студент Уральского федерального университета,
РФ, г. Екатеринбург*

В данной статье исследуется возможность применения статистического инструментария для оценки уровня реальной доходности вкладов с целью наиболее эффективного размещения средств.

Рассмотрена теория и произведена попытка применения данного инструментария в процессе исследования возможности размещения средств во вклад.

Как известно, привлечение средств во вклады и депозиты является основным направлением повышения ликвидности банков.

Свидетельством тому является большое количество депозитных продуктов, разрабатываемых банками и направленных на удовлетворение потребностей любого потенциального клиента.

Вместе с тем, с точки зрения клиентов выгодным размещение средств в банке является только тогда, когда их стоимость по истечении срока размещения возрастает быстрее, чем уровень инфляции, т. е. в случае наличия реальной доходности вкладов.

Для оценки реальной доходности вкладов используется статистический инструментарий, рассчитываемые за срок размещения средств клиентом:

– средневзвешенная процентная ставка банка (1):

$$a_{\text{св}} = \frac{\left(\frac{a}{12 \cdot 100}\right)}{n}, \quad (1)$$

где $a_{\text{св}}$ – средневзвешенная процентная ставка банка по вкладу (годовых);

a – процентная ставка банка по вкладу (годовых);

n – срок вклада в месяцах;

– индекс инфляции (2):

$$I_{\text{инф}} = \frac{b_1}{b_0}, \quad (2)$$

где $I_{\text{инф}}$ – индекс инфляции за срок размещения средств клиентом;

b_0, b_1 – темп инфляции соответственно на даты начала и окончания срока вклада;

– реальная доходность:

1) для вкладов и депозитов в рублях (3):

$$p_{\text{руб}} = \left(\frac{V + V \cdot a_{\text{св}}}{I_{\text{инф}}}\right) - V, \quad (3)$$

где $p_{\text{руб}}$ – реальная доходность вклада (депозита) в рублях;

V – размер вклада (депозита);

2) для вкладов и депозитов в иностранной валюте (4):

$$p_{\text{вал}} = \left(\frac{V + V \cdot a_{\text{CB}}}{I_{\text{инф}}} \right) \cdot c_1 - V \cdot c_0, \quad (4)$$

где $p_{\text{вал}}$ – реальная доходность вклада (депозита) в иностранной валюте;

c_0, c_1 – курс валюты на дату начала и окончания вклада [1, с. 104–106].

Оценим при помощи приведенного инструментария возможность размещения средств во вклад.

Параметры вклада и расчет его реальной доходности представлены в таблице 1.

Согласно приведенному расчету, с учетом текущего и прогнозируемого уровня инфляции и курса доллара по отношению к рублю доходность вклада является отрицательной.

А, следовательно, размещение временно свободных средств во вклад невыгодно.

Таблица 1.

Расчет реальной доходности вклада в рублях и долларах США

Показатель	Значение показателя для вложения в рублях	Значение показателя для вложения в долларах США
Исходные данные		
Сумма размещаемых средств	50000	1000
Срок вклада, месяцев	3	3
Процентная ставка банка по вкладу, % годовых	6,0	2,0
Курс валюты на начало срока размещения, руб./долл. США [2]	-	65,77
Курс валюты на конец срока размещения, руб./долл. США [3]	-	65,99
Индекс инфляции на начало срока размещения (март 2019 г.) [2]	5,0	0,46
Прогнозный индекс на конец срока размещения (май 2019 г.) [2]	5,7	0,50
Расчетные данные		
Средневзвешенная процентная ставка банка	0,0017	0,0006
Индекс инфляции за период размещения	1,14	1,09
Реальная доходность вклада	-6067,25	-5025,47

Таким образом, представленный статистический инструментарий позволяет оценить потенциальную доходность вклада с целью принятия окончательного решения о размещении.

При анализе нескольких разных вкладов этот же инструментарий позволит выбрать наиболее доходный вариант размещения.

Список литературы:

1. Иванов А. П. Оценка реальной доходности депозитов населения [Текст] / А. П. Иванов, А. С. Михалев // Экономический анализ: теории и практика. – 2016. – №11. – С. 104–113.
2. Какая инфляция в начале 2019 года: официальные данные и прогноз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://buhguru.com/spravka-info/inflyatsiya-v-rossii-v-yanvare.html>, свободный.
3. Прогноз курса Доллара на май 2019 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prognozex.ru/dollara/sberbank/na-maj.php>, свободный.

АНАЛИЗ КОНЦЕНТРАЦИИ КРЕДИТНОГО РИСКА ПАО БАНК «ФИНАНСОВАЯ КОРПОРАЦИЯ ОТКРЫТИЕ» ПО ОТРАСЛЯМ

Самохин Антон Андреевич

*студент Уральского федерального университета,
РФ, г. Екатеринбург*

В статье представлены примеры применения статистических методов исследования отраслевого кредитного риска в банковской деятельности. На основании изложенного сделан вывод о высокой эффективности данных методов при исследовании кредитных рисков банков.

Анализ кредитного риска является одним из механизмов, который все кредитные учреждения используют в своей текущей работе для предотвращения риска потери ликвидности. В процессе анализа могут быть применены различные методы статистического анализа, включая методы анализа рядов динамики, методы создания статистических группировок, индексные и другие методы.

Продемонстрируем применение некоторых из них на базе финансовой отчетности ПАО Банк «Финансовая Корпорация Открытие». Целью данного анализа станет выявление изменения концентрации кредитного риска по отраслям в кредитном портфеле банка на основе данных о ссудах, выданных банком юридическим лицам. Исходные данные для анализа представлены в таблице 1 и для удобства отсортированы по убыванию на основе данных 2017 г.

Анализируя представленные данные, нетрудно убедиться в том, что ПАО Банк «Финансовая Корпорация Открытие» основное значение при выдаче ссуд придает наличию у компании-заемщика быстрой ликвидности. Именно поэтому наибольшие значения ссуд на протяжении всего исследуемого периода сконцентрированы у компаний, осуществляющих брокерские операции и операции с ценными бумагами. Однако объем ссуд, выданных этим компаниям в 2013–2017 годах, имеет значительные различия. Определенные различия имеются и в объеме выданных ссуд по другим отраслям.

Для более детального представления о динамике происходящих изменений рассчитывают цепные и базисные абсолютные и относительные показатели изменения, рассчитывают доли каждого из элементов в их общей сумме.

Таблица 1.

Анализ динамики концентрации ссуд, выданных ПАО Банк «Финансовая Корпорация Открытие» юридическим лицам в 2013–2017 годах, по отраслям, млн руб.

Отрасли экономики	31 декабря 2013 г.	31 декабря 2014 г.	31 декабря 2015 г.	31 декабря 2016 г.	31 декабря 2017 г.
Компании, осуществляющие брокерские операции и операции с ценными бумагами	106 715	806 022	1 593 689	1 066 043	306 600
Операции с недвижимостью	59 114	131 856	139 898	199 870	187 542
Промышленное производство	80 754	84 823	87 369	80 774	78 820
Услуги	95 651	116 910	126 238	68 059	51 789
Прочее	36 198	55 391	110 566	28 381	46 038
Торговля оптовая	81 847	70 130	55 477	45 509	37 702
Транспорт и связь	27 853	30 793	34 061	26 730	35 833
Лизинг	36 242	44 839	66 513	51 462	34 818
Строительство производственной недвижимости	51 570	46 651	44 749	33 818	32 642

Жилищное строительство	38 439	53 838	73 824	52 228	30 645
Торговля розничная	32 151	32 579	31 079	30 989	27 692
Горнодобывающая промышленность и нефтедобыча	33 622	97 671	50 441	65 511	26 937
Строительство коммерческой недвижимости	33 872	27 373	20 232	18 711	19 176
Энергетика	4 500	6 318	13 743	13 336	12 292
Сельское хозяйство	3 353	3 508	2 449	2 143	1 947
Финансы государственных структур	4 900	2 676	3 853	1 771	1 392
Добыча драгоценных металлов	1 455	3 890	689	1 177	–
Итого ссуды, предоставленные юридическим лицам	728 236	1 615 268	2 454 870	1 786 512	931 865

Расчет цепных абсолютных изменений стоимости ссуд, выданных банком по разным отраслям, представлен в таблице 2. Согласно представленным в таблице расчетам, в разные годы по многим отраслям произошло снижение объемов выданных ссуд. При этом основные негативные изменения произошли в 2016 и 2017 годах. В этот период значительному снижению подверглись ссуды, выдаваемые банком в таких отраслях как брокерские операции и операции с ценными бумагами, промышленное производство, услуги, оптовая и розничная торговля, лизинг, жилищное строительство, энергетика, сельское хозяйство, снизилась выдача ссуд государственным структурам. Такая динамика может свидетельствовать как о том, что в данный период банк ужесточил требования к потенциальным заемщикам, так и о снижении доверия потенциальных заемщиков к банку.

Таблица 2.

**Расчет цепных абсолютных изменений стоимости ссуд,
выданных ПАО Банк «Финансовая Корпорация Открытие» ПАО Банк
«Финансовая Корпорация Открытие», по отраслям, млн руб.**

Отрасли экономики	Абсолютные изменения			
	2014 г. к 2013 г.	2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.
Компании, осуществляющие брокерские операции и операции с ценными бумагами	699 307	787 667	-527 646	-759 443
Операции с недвижимостью	72 742	8 042	59 972	-12 328
Промышленное производство	4 069	2 546	-6 595	-1 954
Услуги	21 259	9 328	-58 179	-16 270
Прочее	19 193	55 175	-82 185	17 657
Торговля оптовая	-11 717	-14 653	-9 968	-7 807
Транспорт и связь	2 940	3 268	-7 331	9 103
Лизинг	8 597	21 674	-15 051	-16 644
Строительство производственной недвижимости	-4 919	-1 902	-10 931	-1 176
Жилищное строительство	15 399	19 986	-21 596	-21 583
Торговля розничная	428	-1 500	-90	-3 297
Горнодобывающая промышленность и нефтедобыча	64 049	-47 230	15 070	-38 574
Строительство коммерческой недвижимости	-6 499	-7 141	-1 521	465
Энергетика	1 818	7 425	-407	-1 044
Сельское хозяйство	155	-1 059	-306	-196
Финансы государственных структур	-2 224	1 177	-2 082	-379
Добыча драгоценных металлов	2 435	-3 201	488	-1 177
Итого ссуды, предоставленные юридическим лицам	887 032	839 602	-668 358	-854 647

В отношении ПАО Банк «Финансовая Корпорация Открытие» реализовался именно второй вариант – снижение доверия потенциальных заемщиков, обусловленное присвоением агентством АКРА банку кредитного рейтинга на уровне «BBB-(RU)». Присвоение данного рейтинга в августе 2017 г. было обусловлено:

- существенным объемом оттока клиентских ресурсов в июне–июле 2017 года;
- усиливающейся зависимостью Банка от операций рефинансирования Банка России

[1].

Как результат, во второй половине 2017 г. произошло досрочное погашение клиентами ПАО Банк «Финансовая Корпорация Открытие» значительных объемов выданных им ссуд.

Далее проанализируем, как за исследуемый период изменилась концентрация рисков по отраслям. Для этого рассчитаем отраслевую структуру выданных ссуд (таблица 3).

Таблица 3.

Анализ структуры ссуд, выданных ПАО Банк «Финансовая Корпорация Открытие» в 2013–2017 годах, %

Отрасли экономики	31 декаб- ря 2013 г.	31 декаб- ря 2014 г.	31 декаб- ря 2015 г.	31 декаб- ря 2016 г.	31 декаб- ря 2017 г.
Компании, осуществляющие брокерские операции и операции с ценными бумагами	14,65	49,90	64,92	59,67	32,90
Операции с недвижимостью	8,12	8,16	5,70	11,19	20,13
Промышленное производство	11,09	5,25	3,56	4,52	8,46
Услуги	13,13	7,24	5,14	3,81	5,56
Прочее	4,97	3,43	4,50	1,59	4,94
Торговля оптовая	11,24	4,34	2,26	2,55	4,05
Транспорт и связь	3,82	1,91	1,39	1,50	3,85
Лизинг	4,98	2,78	2,71	2,88	3,74
Строительство производственной недвижимости	7,08	2,89	1,82	1,89	3,50
Жилищное строительство	5,28	3,33	3,01	2,92	3,29
Торговля розничная	4,41	2,02	1,27	1,73	2,97
Горнодобывающая промышленность и нефтедобыча	4,62	6,05	2,05	3,67	2,89
Строительство коммерческой недвижимости	4,65	1,69	0,82	1,05	2,06
Энергетика	0,62	0,39	0,56	0,75	1,32
Сельское хозяйство	0,46	0,22	0,10	0,12	0,21
Финансы государственных структур	0,67	0,17	0,16	0,10	0,15
Добыча драгоценных металлов	0,20	0,24	0,03	0,07	0,00
Итого ссуды, предоставленные юридическим лицам	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Согласно представленным данным, наибольшая доля концентрации ссуд в отрасли наблюдалась в 2015 г. в отношении компаний, осуществляющих брокерские операции и операции с ценными бумагами. Уровень концентрации в данной отрасли в этот период составил 64,92%. Наименьшее значение концентрации по данной отрасли было зарегистрировано в 2013 г. Ее уровень в этом периоде составил 14,65%. На конец 2017 г. уровень концентрации в данной отрасли составил 32,90%. Это означает, что при наступлении кризиса, связанного с невозможностью реализации ликвидности без потери стоимости в данной отрасли (например, в случае банкротства предприятий, держателями акций которых являются заемщики,

или в случае введения санкций в отношении торгов ценными бумагами этих предприятий на основных финансовых рынках), высока вероятность получения банком убытков.

Таким образом, проведенный при помощи статистических методов анализ отраслевой концентрации рисков ПАО Банк «Финансовая Корпорация Открытие» в 2013–2017 годах позволил продемонстрировать, что их использование позволяет выявить проблемы, связанные с увеличением концентрации риска. В частности, был выявлен факт оттока больших объемов ссуд в 2016–2017 годах, а также факт высокой концентрации ссуд в компаниях, осуществляющих брокерские операции и операции с ценными бумагами. Несмотря на то, что данная отрасль обладает высокой ликвидностью в виде ценных бумаг компаний, котирующихся на бирже, имеется риск получения банком убытков в случае наступления кризиса в данной отрасли (например, в случае введения запретов на торговлю ценными бумагами).

Список литературы:

1. История изменения кредитных рейтингов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/banks/ratings/agency/history/?bankID=690>, свободный.
2. Коваленко О. А. Теория статистики [Текст] / О. А. Коваленко, А. О. Меньшенина, К. А. Яриков. – Волгоград: Сфера, 2015. – 356 с.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ:

№ 9 (60)
Март 2019 г.

В авторской редакции

Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 – 66232 от 01.07.2016

Издательство «МЦНО»
125009, Москва, Георгиевский пер. 1, стр.1, оф. 5
E-mail: studjournal@nauchforum.ru

16+

