

УДК 001.8(082)

ББК 1

Н 34

*Периодичность – 12 раз в год*

Свидетельство ПИ № ФС 77-84349

**ISSN 2226-5694**

Состав ред. коллегии и сведения об учредителе  
приведены на сайте <https://na-journal.ru>

Н 34 НАУЧНЫЙ АСПЕКТ № 4 2023. – Самара: Изд-во ООО «Аспект»,  
2023 . – Т4 . – 150 с.

Журнал «Научный аспект» является научным изданием и отражает результаты научной деятельности авторов по различным дисциплинам в области гуманитарных, естественных и технических наук.

УДК 001.8(082)

ББК 1



Почтовый адрес: 420100 г. Казань а/я 9

Официальный сайт: <https://na-journal.ru>

Электронная почта: [public@na-journal.ru](mailto:public@na-journal.ru)

Подписано к печати 23.05.2023

Бумага ксероксная. Печать оперативная. Заказ № .  
Формат 60×84 /16. Объем 9 п.л. Тираж 100 экз.

Отпечатано в типографии «Куранты»

г. Казань, Сибирский тракт, 34к14, оф. 317, тел. +7 (843) 216-12-71

# Содержание

## ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

**Порошин Д. О.**

Факторы успеха в управлении и внедрении инноваций..... 377

**Порошин Д. О.**

Распространение и внедрение инноваций: преодоление препятствий и стимулирование принятия.....383

**Кузьмин А. С., Пирогова С. В.**

Особенности цифровой трансформации банковского сектора.....387

**Атадурдыев А. Х., Пирогова С. В.**

Варианты привлечения инвестиций малыми предприятиями в России.....392

**Нестулаева Д. Р., Афанасьев А. В.**

Эффективность и технологичность производственной деятельности..... 398

**Нестулаева Д. Р., Афанасьев А. В.**

Сущность управления производственной деятельностью предприятия..... 403

**Попырина А. А., Мальцев О. В.**

Проблемы формирования финансовой стратегии организации.....409

**Винокур М. И.**

Современный контроль в маркетинге — цель, объекты и уровни управления контролем.....417

**Винокур М. И.**

Развитие и применение аудита маркетинговой деятельности банка в условиях цифровизации.....423

**Сахит А. Е.**

Криптовалюта: понятие и проблемы..... 429

понять эти препятствия и предлагают практические рекомендации для их преодоления. Понимание и учет этих факторов помогут организациям эффективнее внедрять инновации и повышать свою конкурентоспособность в современной динамичной среде.

### **Список литературы**

1. Голубкова, Ю. Н. Формирование и развитие инновационной организационной культуры // Вестник СибГАУ.— 2017.— № 1(65). — С. 25–32.
2. Коротков, Е. М., & Шишкина, О. В. Организационные и психологические аспекты внедрения инноваций в организацию // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика.— 2012.— № 1. — С. 43–54.
3. Панченко, О. С. Управление инновациями в организации: практический аспект // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнёва.— 2016.— № 1(65). — С. 103–110.
4. Scott, S. G., & Bruce, R. A. Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace. // Academy of Management Journal.— 1994. — Vol. 37(3). — pp. 580–607.

УДК 338

## **Особенности цифровой трансформации банковского сектора**

**Кузьмин Александр Сергеевич**

*магистрант кафедры Менеджмента Казанского государственного энергетического университета*

**Пирогова Светлана Владимировна**

*старший преподаватель кафедры Менеджмента Казанского государственного энергетического университета*

***Аннотация:** В статье представлен материал о цифровой трансформации банковского сектора России, в каком направлении развивается данная сфера. Рассмотрены пози-*

ции банков в цифровом развитии. Определены плюсы и минусы цифровизации. Рассмотрены варианты дальнейшего развития цифровых технологий.

**Abstract:** *The article presents material on the digital transformation of the banking sector in Russia, the direction of its development. The positions of banks in digital development are considered. The pros and cons of digitalization are defined. Options for further development of digital technologies are considered.*

**Ключевые слова:** банк, развитие, цифровизация, клиент, кредитование, плюсы, минусы.

**Keywords:** bank, development, digitalization, client, lending, pros, cons.

---

Возможности и размеры цифрового развития банков различаются в зависимости от сегментов, продуктов, а также от финансовых возможностей самого банка. Оцифровка данных и переход продуктов банка в цифровой формат сейчас нацелены на розничное кредитование.

На текущий момент вся система финансов пребывает в процессе развития. Благодаря цифровой трансформации происходит внедрение новых возможностей, как для банка, так и для клиента. К таким возможностям можно отнести множество трансформаций начиная от появления интернет-банков до трансформации традиционных денежных операций, переводя их в более продвинутый и удобный процесс [1]. Потребности клиентов — это первоочередная задача каждой банковской системы, таким образом, цифровая трансформация банков в свою очередь направлена на лучшее понимание потребностей клиентов.

Цифровая трансформация существует для внедрения современных вариантов и способов использования банковских услуг. Большинство услуг переходят в online-сервисы, в частности, это касается в первую очередь кредитования и инвестирования средств. Стоит отметить, что такой переход банковского сектора имеет как плюсы, так и свои недостатки, например, старшее поколение не всегда способно следовать в ногу с прогрессом и за процессом цифрового развития. Исходя из этого, полный отказ от традиционных способов предоставления информации и продуктов не является удобным для всех [2]. Стоит отметить, что для банка гораздо выгоднее использовать цифровые методы взаимодействия.

В России первым представителем цифрового банкинга стал ПАО «Тинькофф», таким же представителем является и «Qivi Банк». Основная база клиентов состоит из людей в возрасте от 18 до 45 лет.

Главным плюсом развития цифровой системы банка является доступность продуктов и услуг в любой точке мира, где есть доступ к интернету, а также в любое время суток. Трансформация банковского сектора включает в себя такие элементы как: анализ полученного опыта в работе с клиентами, цифровизация предоставляемых продуктов и услуг, а также трансформация внутренних процессов организации.

Цифровая трансформация нацелена на изучение всего опыта взаимодействия с клиентами как лично, так и через различные онлайн-технологии, это дает возможность выявить первостепенные потребности клиента, предугадать возникающие и наметить тенденцию на новые возможности [3]. Именно такой анализ существующих и возможных желаний клиента становится двигателем инновационного развития банков.

Цифровое развитие любой сферы, в том числе и банков, невозможно без трансформации внутренних процессов. Это включает в себя не только цифровизацию и оптимизацию рабочих процессов, но также и изменение подходов к управлению, руководству и контролю, что может стать препятствием к цифровой трансформации банков. Сегодня главной силой, которая создает условия для кардинальных изменений является человек и его знания, умения, навыки. Также нежелание менять устоявшиеся процессы или непринятие новых условий может затормозить процесс трансформации не только банковской системы, но и экономики в целом [4].

Как вариант решения этой проблемы в банках используют современные технологии анализа больших данных, которые собирают, анализируют и предопределяют на основе уже существующих взаимоотношений с клиентами их желание воспользоваться тем или иным продуктом. Также драйвером продуктовых инноваций как в банковской, так и иных отраслях являются современные технологические и цифровые тренды, как машинное обучение, углубленная аналитика, искусственный интеллект, робо-эдвайзинг, а также блокчейн, дающий возможность проводить операционные взаимодействия без участия посредников и бэк-офиса. Благодаря таким сквозным технологиям можно создавать принципиально новые

продукты и услуги в банковской сфере. Применяемые сегодня на основе таких технологий продукты в банковской сфере уже показали свою продуктивность и потенциал коммерческой привлекательности. Это объясняется тем, что внедряемые онлайн-сервисы и продукты позволяют клиентам и работникам банка экономить время и ресурсы на взаимодействии и принятии решения. Клиент сегодня может онлайн пройти идентификацию и получить услугу требовавшую ранее личного присутствия. Причем не просто выбрать продукт из имеющихся, а с помощью искусственного интеллекта будет подобранно кастомизированное предложение, скидка, инвестиционная услуга [5]. А сотрудник в несколько кликов, без распечатки документов, оформит и предоставит продукт.

Банки сегодня борются за каждого клиента и переход на цифровые возможности облегчило переход клиента из одного банка в другой, что в свою очередь влечет к «бережному» отношению к своему клиенту и создание условий повышения их лояльности. Именно это условие сегодня находится во главе угла банковской трансформации российских банков.

Поэтому для привлечения и удержания клиентов банки выпускают принципиально новые цифровые продукты. Главным первопроходцем в этом деле является Тинькофф Банк, который радуется своих клиентов новыми услугами и продуктами, например, такими как сервис ипотечного брокера. Услуга позволяет подать онлайн-заявку на кредит и получить решение банка за пару минут. Или инвестиционный брокер — удаленно открывается счет и в режиме онлайн можно управлять своими активами. Банк «Открытие», также старается не отставать и внедрил функцию идентификации пользователя по фотографии при осуществлении денежных переводов. Такая технология стала возможна при развитии технологии машинного обучения и внедряется не только в банковской сфере. Мы считаем, что биометрическая идентификация станет массовым продуктом, т.к. она позволяет проводить идентификацию онлайн, а следовательно в разы сократит время на обработку запросов.

Несмотря на то, что между коммерческими банками идет серьезная конкуренция за клиентов, теперь в эту «войну» подключаются и небанковские компании. МИР и Sberpay конкурируют за занятие доли рынка эквайринга и бесконтактных платежей. Телеком и маркетплейсы также

пытаются занять долю на рынке — OZON, Яндекс и Wildberries — уже приобрели банковские лицензии.

Банки стараются максимально перевести все процессы своей деятельности в цифровой формат, например, для оформления кредита: используют электронные документы и подписи во время оформления, электронные подписи можно оформить на сайте Госуслуг, в том числе банки внедряют сканирование паспортных данных. Но на текущий момент у большинства организаций в банковской сфере все еще сохраняются преграды в процессе, которые напрямую влияют на скорость и удобство пользования услугами банка.

Банки на современном рынке все больше и больше конкурируют во внедрении цифровизации в свои процессы, стараются снизить порог входа для новых клиентов, составить максимально простые алгоритмы для использования продуктов, а также сократить ожидание в принятии решений и отклике со стороны банка. Развитие вариативности, удобства получения услуг и новых продуктов — это основные задачи участников рынка. Такими процессами они не только повышают популярность услуг и продуктов своей деятельности, но тем самым и увеличивают клиентскую базу, привлекая новых потребителей.

### **Список литературы**

1. Щетинникова А. Д. Цифровизация и внедрение дистанционного обслуживания в банковской сфере // Вестник экономики, права и социологии. — 2020. — № 1. — С. 168–172.
2. Батайкин П.А., Шлычков В.В., Нестулаева Д. Р. Сегодня и завтра российской экономики: вызовы 2022 года, новые реалии и неопределенности развития // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. — 2022. — № 2 (58). — С. 101–112.
3. Леонов М. В. Предпосылки формирования и классификация банковских экосистем в цифровой экономике // Вестник экономики, права и социологии. — 2021. — № 2. — С. 12–14.
4. Шлычков В. В. Пандемия COVID-19 как источник новых вызовов и катализатор трендов российской экономики // Вестник экономики, права и социологии. — 2021. — № 1. — С. 39–43.

5. Леонов М. В. Ценообразование комплексного продукта банковской экосистемы // Вестник экономики, права и социологии.— 2022.— № 3. — С. 15–17.

УДК 338

## **Варианты привлечения инвестиций малыми предприятиями в России**

**Атадурдыев Алышир Ходжаназарович**

студент кафедры Менеджмента Казанского государственного энергетического университета

**Пирогова Светлана Владимировна**

старший преподаватель кафедры Менеджмента Казанского государственного энергетического университета

***Аннотация:** В работе рассмотрена сложившаяся сегодня ситуация малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. Выявлена доля МСП в общем объеме ВВП по федеральным округам. Представлены проблемы и пути решения при поиске финансовых ресурсов для открытия и развития МСП.*

***Abstract:** The paper considers the current situation of small and medium entrepreneurship in the Russian Federation. The share of SMEs in the total volume of GDP by federal districts is revealed. The problems and solutions in finding financial resources for the opening and development of SMEs are presented.*

***Ключевые слова:** малый бизнес, средний бизнес, инвестиции в предпринимательство, инвестиционная среда, льготное кредитование.*

***Keywords:** small business, medium-sized business, investment in entrepreneurship, investment environment, preferential lending.*

Малый и средний бизнес в России является неотъемлемой частью экономики страны. Он влияет как на макро-, так и на микроэкономику. Малый бизнес влияет на темп экономического роста и в его силах поменять и развить структуру валового национального продукта и повысить его качество