

2024

№ 2 (58)

Краснодарская региональная общественная организация
«ОБЩЕСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ИННОВАЦИОННОГО
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ»

ЭКОНОМИКА
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

РЕГИОНАЛЬНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ECONOMICS
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

REGIONAL SCIENTIFIC JOURNAL

Главная редакция:**Главный редактор:**

Воронов Александр Александрович – доктор экономических наук, профессор кафедры логистики и коммерческой работы, ФГБОУ ВО «Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I» (г. Санкт-Петербург).

Заместитель главного редактора:

Доктор экономических наук, профессор Т.Ю. Ксенофонтова

Редакционная коллегия:

д-р экон. наук, проф. А.М. Асалиев, д-р экон. наук, проф. И.Е. Бельских,
д-р экон. наук, проф. О.В. Ваганова, проф. Т. Гао,
д-р экон. наук, проф. Г.В. Деружинский, д-р экон. наук, проф. Н.А. Димитриади,
д-р экон. наук, проф. С.В. Дохолян, проф. В.Л. Ерохин, д-р экон. наук, проф. В.И. Зарубин,
д-р экон. наук, проф. Е.Н. Захарова, д-р экон. наук, проф. С.Г. Землянухина,
д-р экон. наук, проф. Г.К. Кантороева, д-р экон. наук, проф. А.Б. Карбекова,
д-р экон. наук, проф. А.А. Кизим, д-р экон. наук, проф. Д.Д. Костоглодов,
д-р экон. наук, проф. М.В. Кольган, д-р экон. наук, проф. М.И. Кутер,
д-р экон. наук, проф. Е.И. Макринова, д-р экон. наук, проф. Е.В. Мишон,
д-р экон. наук, проф. Н.Р. Молочников, д-р экон. наук, проф. С.А. Омурзаков,
проф. А.Ф. Расулев, д-р экон. наук, проф. И.В. Роздольская,
д-р экон. наук, проф. М.С. Старикова, д-р экон. наук, проф. Р.Р. Толстяков,
д-р экон. наук, проф. И.В. Трегуб, д-р экон. наук, проф. А.А. Федченко,
д-р экон. наук, проф. Ю.В. Чутчева, д-р экон. наук, проф. И.В. Шевченко,
д-р экон. наук, проф. И.А. Шумакова

Учредитель:

Краснодарская региональная общественная организация
«Общественная академия инновационного устойчивого развития»

Адрес учредителя

350020, г. Краснодар,

ул.Коммунаров, д. 290, помещение 20/3.

Все права защищены. Ни одна часть издания не может быть занесена в память компьютера либо воспроизведена любым способом без письменного разрешения издателя.

Chief Editors:

prof. A.A. Voronov

Deputy Chief Editor:

prof. T.YU. Ksenofontova

Editorial Council and Editorial Board:

prof. A.M. Asaliev, prof. I.E. Bel'skih, prof. O.V. Vaganova,
prof. T. Gao, prof. G.V. Deruzhinskij, prof. N.A. Dimitriadi, prof. S.V. Doholyan,
prof. V.L. Erohin, prof. V.I. Zarubin, prof. E.N. Zaharova, prof. S.G. Zemlyanuhina,
prof. G.K. Kantoroeva, prof. A.B. Karbekova, prof. A.A. Kizim, prof. D.D. Kostoglodov,
prof. M.V. Kol'gan, prof. M.I. Kuter, prof. E.I. Makrinova, prof. E.V. Mishon, prof. N.R. Molochnikov,
prof. S.A. Omurzakov, prof. A.F. Rasulev, prof. I.V. Rozdol'skaya, prof. M.S. Starikova,
prof. R.R. Tolstyakov, prof. I.V. Tregub, prof. A.A. Fedchenko, prof. YU.V. CHutcheva,
prof. I.V. Shevchenko, prof. I.A. SHumakova

Founder:

Krasnodar regional social organization
“Public academy of innovational sustainable development”

The address of the founder

350020, Krasnodar,

St. Kommunarov, d. 290, 20/3

© Экономика устойчивого развития, 2024

ЭКОНОМИКА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Региональный научный журнал издается с 2010 г., периодичность – 4 номера в год.

Свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 23-01233 от 29 ноября 2013 г.

Выдано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Южному федеральному округу.

Подписка во всех отделениях связи: индекс ПА221 в Каталоге «Почта России»

E-mail: ekorazvitie@yandex.ru; сайт: <http://economdevelopment.ru>

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

[<https://vak.minobrnauki.gov.ru/>]:

2024

№ 2 (58)

СОДЕРЖАНИЕ

5.2.3. РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Авраменко М.В.

ФОРМИРОВАНИЕ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННОЙ СТРАТЕГИИ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО
РЫНКА РЕГИОНА..... 16

Андресян И.Ф.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РОССИИ НА ОСНОВЕ
МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ И СУБЪЕКТОВ ЭКОНОМИКИ..... 21

Арефьева С.А., Ткаченко Д.И., Мартиросян С.С.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ..... 25

Астахин А.С., Осадчая С.М., Абдужалилова Ф.Ю.

ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ
МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННЫХ ВИДОВ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 29

Астахин А.С., Осадчая С.М., Рачина А.В.

ВОПРОСЫ АКТУАЛЬНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ
ВУЗАМИ СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧНОГО МАРКЕТИНГА 34

Белякова Е.В., Лукьянов И.В.

ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ КАК ИНДИКАТОР
ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА..... 37

Ван Мэйлунь, Воронов А.А.

АКТУАЛЬНЫЕ ВИДЫ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ,
ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОБЕСПЕЧЕНИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ,
И ПРОБЛЕМЫ ИХ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ..... 41

Васильев В.Н.

РАЗВИТИЕ МОДЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ
ЛОГИСТИКИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ 46

Ветрова М.А.

ПРИРОДНЫЕ КЛИМАТИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ
НА ОСНОВЕ МОРСКИХ ЭКОСИСТЕМ: ВОЗМОЖНОСТИ
И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ В РФ..... 51

Волков С.В.

ВОПРОСЫ АКТУАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
И УПРАВЛЕНИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ 60

| | | |
|--|--|-----|
| <i>Горбенко А.В.</i> | ЭВОЛЮЦИОННЫЕ ИМПЕРАТИВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ ТРУДНОДОСТУПНЫХ И СЕВЕРНЫХ РЕГИОНОВ | 63 |
| <i>Гулый И.М.</i> | МЕТОДИКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТОВ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ, ИНТЕГРИРУЮЩИХ УЧАСТНИКОВ ГРУЗОВЫХ СМЕШАННЫХ ПЕРЕВОЗОК | 68 |
| <i>Давыденко И.Г., Александрова Н.Г.</i> | ИНДИКАТОРЫ СОСТОЯНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПАССАЖИРСКОГО ТРАНСПОРТА В КОНТЕКСТЕ ЭКОЛОГО-УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КРУПНОГО ГОРОДА НА ПРИМЕРЕ РОСТОВА-НА-ДОНУ | 73 |
| <i>Добаева Н.В., Афанасьева М.Ф., Волненко В.Н.</i> | ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ РЫНКА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ И ОПЕРАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ЛЕКАРСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ | 77 |
| <i>Дубровский А.В., Ноздрин В.С.</i> | РОЛЬ ГОСУДАРСТВА И ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ СУБЪЕКТОВ В ФОРМИРОВАНИИ УСЛОВИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ | 83 |
| <i>Евсеева С.А., Злотников М.С., Есенжулова Л.С.</i> | ГОРОД КАК ОБЪЕКТ ИННОВАЦИОННОЙ ESG-ТРАНСФОРМАЦИИ..... | 88 |
| <i>Еремин Д.П., Волосатова А.А., Пристегина К.А.</i> | СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В АРКТИКЕ | 94 |
| <i>Закалистова Н.С.</i> | ТРУДОВАЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ МОБИЛЬНОСТЬ КАК ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЙ СТИМУЛ: ПРОБЛЕМНО-КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ HR-РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ | 97 |
| <i>Зарецкий Е.Н.</i> | ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА | 103 |
| <i>Иванова Н.А., Конкин В.О., Кублин И.М.</i> | ДИАГНОСТИКА КАДРОВОГО СОСТАВА И МАРКЕТИНГОВОЕ ПРОФИЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА В УПРАВЛЕНИИ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ..... | 109 |
| <i>Ивашкова О.Ю., Яхнеева И.В.</i> | УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПОТРЕБИТЕЛЯ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ | 115 |
| <i>Клет М.П.</i> | ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ БРЕНДИНГА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕСТОРАНОМ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ | 118 |
| <i>Клецкова Е.В., Лукащук П.И., Данилевская Е.Н.</i> | ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА В РАМКАХ МЕЖУРОВНЕГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИНТЕРЕСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ И РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ | 122 |
| <i>Клецкова Е.В., Паламарчук Г.И., Ершов Е.Г., Оттева И.В.</i> | ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ КАК ДРАЙВЕР РОСТА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ..... | 125 |

| | |
|---|-----|
| <i>Конкин В.О., Коваленко А.А., Дроздова М.А.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ СОТРУДНИКОВ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ВУЗОВ: УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ..... | 129 |
| <i>Конкин В.О., Муратова А.Р.</i> РАЗРАБОТКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТРЕБОВАНИЙ К СОТРУДНИКАМ И ПЛАНИРОВАНИЕ РАСХОДОВ НА ТРУДОВОЙ КОЛЛЕКТИВ КАК РЕАЛИЗАЦИЯ ЗАДАЧ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА..... | 132 |
| <i>Краюшкина В.В.</i> ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ МАШИНОСТРОЕНИЯ В РЕГИОНАХ РОССИИ КАК ЗНАЧИМЫЕ ФАКТОРЫ ПРИ ЕГО СТРАТЕГИРОВАНИИ | 136 |
| <i>Кучерявенко С.А.</i> АГЕНТНЫЕ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ И ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО КОНТРОЛЯ НА ОСНОВНЫХ ЭТАПАХ ТРАНСФОРМАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ РОЛИ | 143 |
| <i>Лукашук П.И., Береснев Д.Н., Вукович Г.Г., Островская А.В.</i> ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО КАРКАСА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТАБИЛЬНОСТИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ..... | 147 |
| <i>Любофеев В.Д.</i> МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА АУДИТОРСКИХ УСЛУГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ | 151 |
| <i>Макринова Е.И., Матузенко Е.В., Одарченко Д.Д.</i> МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПОПУЛЯРНЫХ МЕДИА-ПЛАТФОРМ (НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»)..... | 157 |
| <i>Муртазин Р.М., Фурсова Е.А., Шумакова И.А.</i> ПРОИЗВОДСТВО, ЛОГИСТИКА И МАРКЕТИНГ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ: УСПЕХ СОТРУДНИЧЕСТВА КИТАЯ И РОССИИ..... | 162 |
| <i>Нежникова Е.В., Митрофанов Д.В.</i> ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ДЕНТАЛЬНЫХ ИМПЛАНТАТОВ..... | 167 |
| <i>Никоноров С.М., Сюй Юнь, Чжан Шулин</i> ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ ПОТРЕБЛЕНИЕМ ЭНЕРГИИ, ПРОМЫШЛЕННОЙ СТРУКТУРОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ В КИТАЕ | 172 |
| <i>Никоноров С.М., Чжан Шулин, Сюй Юнь</i> РЕГИОНАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В СКООРДИНИРОВАННОМ УРОВНЕ РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ, ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ЭКОЛОГИЧЕСКИХ СИСТЕМ ЗЕ КИТАЯ | 178 |
| <i>Никоноров С.М., Шевчук А.В., Сюй Юнь, Чжан Шулин</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ ПОТРЕБЛЕНИЕМ ЭНЕРГИИ И ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ КИТАЯ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ IPAT | 185 |
| <i>Орлов П.В.</i> МЕСТО СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ МАРКЕТИНГА В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ | 189 |

| | | |
|--|--|-----|
| <i>Орлов П.В.</i> | ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ: АКЦЕНТ НА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ..... | 193 |
| <i>Осадчая С.М., Юсубов Р.Л., Новиков К.А.</i> | ВОПРОСЫ ВОСТРЕБОВАННОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРАКТИК В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ | 196 |
| <i>Полушкина Т.М.</i> | ИНВЕСТИЦИИ В СИСТЕМЕ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ АПК | 201 |
| <i>Резепин А.В., Горбунов А.И.</i> | ДИАГНОСТИКА И АУДИТ ПЕРСПЕКТИВНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ РЕГИОНА..... | 206 |
| <i>Родионов А.П.</i> | ИНВЕСТИЦИОННАЯ ОЦЕНКА МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ РЕСУРСОНАБЖАЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ИНТЕРЕСАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ | 214 |
| <i>Рыбалко М.А., Астахин А.С., Говоруха Н.С.</i> | МАРКЕТИНГОВОЕ ВЛИЯНИЕ УНИВЕРСИТЕТОВ НА ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ | 217 |
| <i>Свирин И.В., Аксёнова А.А.</i> | СТАНДАРТЫ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ: ОСОБЕННОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ | 224 |
| <i>Синицына И.А., Кублин И.М., Воронов А.А.</i> | К ВОПРОСУ О ДИНАМИКЕ РАЗВИТИЯ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК ПО ПРИВОЛЖСКОЙ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГЕ | 229 |
| <i>Смирнова Т.С., Голуб О.В.</i> | МОНИТОРИНГ РЕАЛИЗАЦИИ ОТРАСЛЕВОЙ ПРОГРАММЫ «ПРИМЕНЕНИЕ ВТОРИЧНЫХ РЕСУРСОВ И ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ ИЗ ОТХОДОВ В ПРОМЫШЛЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ»..... | 232 |
| <i>Терентьева О.И., Ли Байчжи</i> | ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭКОНОМИКЕ | 238 |
| <i>Титова Е.С.</i> | ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛЕЙ «ЗЕЛеной», ЦИРКУЛЯРНОЙ И БИОЭКОНОМИКИ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ | 245 |
| <i>Толстых Т.О., Гераськина А.А., Щелчков К.А.</i> | ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИКИ ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА В РОССИИ НА ЭТАПЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ | 252 |
| <i>Трофимов С.Е.</i> | ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМНО–ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПОДХОДА В МЕТОДОЛОГИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ | 258 |
| <i>Федорова Н.Б., Вукович Г.Г., Говоруха Н.С., Островская А.В.</i> | ОСОБЕННОСТИ И МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМ ПОВЕДЕНИЕМ МОЛОДЕЖИ..... | 266 |
| <i>Фомина К.Р.</i> | ВОПРОСЫ АКТУАЛИЗАЦИИ ESG-ПОВЕСТКИ В МАРКЕТИНГЕ ТЕРРИТОРИИ | 270 |
| <i>Чжэнь Цянь, Новиков К.А.</i> | ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ..... | 273 |

| | | |
|---|---|-----|
| <i>Шамков А.Ю.</i> | СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: ГРАНИЦЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ | 278 |
| <i>Щербина К.О.</i> | ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ | 283 |
| <i>Юдникова Е.С., Абашева П.С., Шумакова И.А.</i> | АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ СИТУАЦИИ И МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЪЮНКТУРЫ НА РЫНКЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКЕ | 286 |
| <i>Юсубов Р.Л.</i> | ИНТЕГРАЦИЯ МАРКЕТИНГА НА МИКРО- И МАКРОУРОВНЕ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ТРЕНД..... | 291 |

5.2.4 ФИНАНСЫ

| | | |
|--|--|-----|
| <i>Брче А.М., Брче М.А., Шааб А.</i> | КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ БИЗНЕСА – ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА | 297 |
| <i>Быканова Н.И., Мельникова Н.С., Абдужалилова Ф.Ю.</i> | ФИНАНСОВЫЕ ИННОВАЦИИ КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ | 302 |
| <i>Гомбоева А.Н., Одоева О.И., Бурлов Д.Ю.</i> | ЭКОЛОГИЗАЦИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА В СВЕТЕ КОНЦЕПЦИИ ESG | 307 |
| <i>Данченко А.С., Яковенко З.М.</i> | ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ОСНОВЕ ЭФФЕКТИВНОГО ПРИМЕНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ..... | 312 |
| <i>Самарченко О.И.</i> | МОДЕЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ МСП В РОССИИ | 316 |

5.2.5 МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

| | | |
|--|---|-----|
| <i>Кизим, А.А. Мудров А.В., Хунгнибо Коффи Ронел Орден</i> | МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС В СТРАНАХ АФРИКИ НА ПРИМЕРЕ АГРАРНОГО СЕКТОРА ГОСУДАРСТВА БЕНИН | 323 |
| <i>Семенухин А.К.</i> | ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИИ И КИТАЯ В НЕФТЯНОМ СЕКТОРЕ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ..... | 328 |

5.2.6 МЕНЕДЖМЕНТ

| | | |
|---|---|-----|
| <i>Багнюк Д.В.</i> | ДРАЙВЕРЫ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧНОСТИ В МАРКЕТИНГОВОМ ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ ПРОДУКТОВЫХ РИТЕЙЛЕРОВ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ..... | 332 |
| <i>Брикота Т.Б., Вукович Г.Г., Островская А.В., Кольцова Н.А.</i> | ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПТИМИЗАЦИОННОГО КОНФИГУРИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО КОНТУРА HR-УПРАВЛЕНИЯ..... | 338 |

| | |
|---|-----|
| <i>Бухтаяров А.А., Игнатьева И.В., Бакшеев А.И., Захарова Л.Н.</i> СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМАЛИЗАЦИИ HR-ДИСКУРСА | 341 |
| <i>Данилина Е.И., Тагибова А.А., Сараева О.Н., Бухтаяров А.А.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА: ТЕКУЩИЕ ТРЕНДЫ И ВЫЗОВЫ..... | 344 |
| <i>Данилов Д.Е.</i> РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗНАЧЕНИЯ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ КЛИМАТИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ НА ЭТАПЕ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА | 348 |
| <i>Долгушин А.Б.</i> ПРИНЦИПЫ ЭКОНОМИКИ ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО СОЦИО-ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ..... | 351 |
| <i>Егорова Л.И., Библия Г.Н., Шабаетов А.А., Лопатина И.Ю.</i> ЦИФРОВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ | 355 |
| <i>Колобова Е.Ю., Андреев А.И.</i> АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СФЕРЫ НЕСТАЦИОНАРНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ | 360 |
| <i>Манюшко С.В.</i> РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ..... | 364 |
| <i>Насыбулина В.П., Кухаренко Л.В., Вукович Г.Г., Островская А.В.</i> МОДЕЛИ И ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СИСТЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ КАДРОВ | 367 |
| <i>Сайдулаев А.Г.</i> АКТУАЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ | 371 |
| <i>Толстых Т.О., Кочетова О.О., Гарьковенко В.Э.</i> МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ..... | 374 |
| <i>Торосян Э.С., Дубинина М.А., Путырский А.Г.</i> ВЕРБАЛЬНО-ГРАФИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ ВУЗА..... | 382 |

НАУЧНЫЕ СООБЩЕНИЯ

| | |
|---|-----|
| <i>Паламарчук Г.И., Вукович Г.Г., Кольцова Н.А., Островская А.В.</i> СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ HR-ПРОЦЕССЫ НА ПЛАТФОРМЕ МАСШТАБНОЙ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ | 386 |
| <i>Паламарчук Г.И., Вукович Г.Г., Островская А.В., Кольцова Н.А.</i> ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ МОДЕРНИЗАЦИИ ПЕРСОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ HR-ПОВЕСТКИ..... | 390 |

Путьрский А.Г., Вукович Г.Г., Островская А.В., Савина К.С.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ
КАК УСЛОВИЕ HR-ТРАНСФОРМАЦИЙ
ОТЕЧЕСТВЕННОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ.....

394

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

Кремлев Н.К., Яхнеева И.В.

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ
НА ОСНОВЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГА

398

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

403

АВТОРАМ НА ЗАМЕТКУ

408

ECONOMICS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

The regional scientific magazine is published since 2010, there are 4 times a year.

Registration certificate PI № TY 23-01233 of November 29, 2013

Issued by the Federal service for supervision in the sphere of Telecom, information technology and mass communication in the southern Federal district.

Subscription in all post offices: index **PA221** Catalogues of the Russian press «Mail of Russia»

E-mail: ekorazvitie@yandex.ru; site: <http://economdevelopment.ru>

The magazine enters in «the List of leading reviewed scientific magazines and editions in which the basic scientific results of dissertations on competition of scientific degrees of the doctor and the candidate of sciences should be published» [<https://vak.minobrnauki.gov.ru>]

2024

№ 2 (58)

CONTENT

5.2.3. REGIONAL AND SECTORAL ECONOMY

Avramenko M.V.

FORMATION OF A DIVERSIFIED STRATEGY FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REGIONAL FOOD MARKET..... 16

Andresjan I.F.

TOURISM DEVELOPMENT IN RUSSIA BASED ON MARKETING INFORMATION FROM BUSINESS ENTITIES AND ECONOMIC ENTITIES 21

Aref'eva S.A., Tkachenko D.I., Martirosyan S.S.

INFORMATION SYSTEMS OF EDUCATIONAL ORGANIZATIONS IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS 25

Astahin A.S., Osadchaya S.M., Abduzhalilova F.YU.

INDUSTRY CHARACTERISTICS AND MARKETING OPPORTUNITIES IN THE DEVELOPMENT OF MODERN TYPES OF ECONOMIC ACTIVITY 29

Astahin A.S., Osadchaya S.M., Rachina A.V.

ISSUES OF THE RELEVANCE OF USE OF SOCIAL AND ETHICAL MARKETING BY UNIVERSITIES 34

Belyakova E.V., Lukyanov I.V.

TRANSPORT ACCESSIBILITY AS ONE OF THE INDICATORS OF SPATIAL DEVELOPMENT 37

Van Mejlun', Voronov A.A.

CURRENT TYPES OF TRANSPORT AND LOGISTICS SERVICES USED IN SUPPORTING THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION AND CHINA, AND THE PRACTICAL APPLICATION ISSUES 41

Vasilyev V.N.

DEVELOPMENT OF MODELS FOR ORGANISING MARKETPLACE LOGISTICS 46

Vetrova M.A.

BLUE CARBON PROJECTS: OPPORTUNITIES AND BARRIERS TO DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION 51

Volkov S.V.

ISSUES OF UPDATING MARKETING AND MANAGEMENT IN CONSTRUCTION..... 60

Gorbenko A.V.

EVOLUTIONARY IMPERATIVES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ELECTRIC POWER INDUSTRY IN HARD-TO-REACH AND NORTHERN REGIONS 63

| | | |
|--|---|-----|
| <i>Gulyi I.M.</i> | A METHODOLOGY FOR THE ECONOMIC ASSESSMENT OF THE EFFECTS OF BIG DATA IN DIGITAL PLATFORMS INTEGRATING PARTICIPANTS IN MULTIMODAL FREIGHT TRANSPORT | 68 |
| <i>Davydenko I.G., Aleksandrova N.G.</i> | INDICATORS OF THE STATE OF PUBLIC PASSENGER TRANSPORT IN THE CONTEXT OF ENVIRONMENTALLY SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF A LARGE CITY BY THE EXAMPLE OF ROSTOV-ON-DON | 73 |
| <i>Dobaeva N.V., Afanas'eva M.F., Volnenko V.N.</i> | RESEARCH ON THE DYNAMICS OF THE PHARMACEUTICAL MARKET AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF DRUG PROVISION..... | 77 |
| <i>Dubrovskij A.V., Nozdrin V.S.</i> | THE ROLE OF THE STATE AND TERRITORIAL ENTITIES IN CREATING CONDITIONS FOR IMPROVING THE QUALITY OF LIFE..... | 83 |
| <i>Evseeva S.A., Zlotnikov M.S., Yesenzhulova L.S.</i> | THE CITY AS AN OBJECT OF INNOVATIVE ESG TRANSFORMATION | 88 |
| <i>Eremin D.P., Volosatova A.A., Pristegina K.A.</i> | STRATEGIC IMPORTANCE OF INDUSTRIAL DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE ARCTIC | 94 |
| <i>Zakalistova N.S.</i> | LABOR INTELLECTUAL MOBILITY AS AN EXISTENTIAL STIMULUS: PROBLEM-CRITICAL ANALYSIS OF HR DEVELOPMENT OF OIL AND GAS COMPANIES..... | 97 |
| <i>Zaretskii E.N.</i> | FEATURES OF MARKETING SUPPORT FOR RESTAURANT BUSINESSES | 103 |
| <i>Ivanova N.A., Konkin V.O., Kublin I.M.</i> | DIAGNOSTICS AND MARKETING PROFILING OF PERSONNEL IN THE MANAGEMENT OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE..... | 109 |
| <i>Ivashkova O.YU., Yakhneeva I.V.</i> | CUSTOMER LOYALTY MANAGEMENT FOR THE RESTAURANT BUSINESS..... | 115 |
| <i>Klet M.P.</i> | THEORETICAL MODEL OF BRANDING IN THE MARKETING MANAGEMENT SYSTEM OF A FAST FOOD RESTAURANT | 118 |
| <i>Kletskova E.V., Lukashchuk P.I., Danilevskaya E.N.</i> | STATE SUPPORT OF THE REGIONAL ECONOMY WITHIN THE FRAMEWORK OF INTERLEVEL INTERACTION OF INTERESTS OF ENTERPRISES AND REGIONAL AUTHORITIES | 122 |
| <i>Kleckova E.V., Palamarchuk G.I., Ershov E.G., Otteva I.V.</i> | DOMESTIC TOURISM AS A DRIVER OF REGIONAL ECONOMIC GROWTH IN THE CONTEXT OF A NEW REALITY | 125 |
| <i>Konkin V.O., Kovalenko A.A., Drozdova M.A.</i> | COMPARATIVE ANALYSIS OF THE SYSTEM OF MOTIVATION OF TEACHING STAFF OF RUSSIAN AND FOREIGN UNIVERSITIES: MANAGERIAL AND MARKETING ASPECTS..... | 129 |
| <i>Konkin V.O., Muratova A.R.</i> | DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL REQUIREMENTS FOR EMPLOYEES AND PLANNING OF LABOR COSTS AS A MEANS OF IMPLEMENTING PERSONNEL MARKETING TASKS..... | 132 |
| <i>Krayushkina V.V.</i> | PATTERNS OF DEVELOPMENT OF MECHANICAL ENGINEERING IN THE REGIONS OF RUSSIA AS SIGNIFICANT FACTORS IN ITS STRATEGIZING | 136 |

| | | |
|--|--|-----|
| <i>Kucheryavenko S.A.</i> | AGENT MODELS OF CONSUMER BEHAVIOR OF HIGH SCHOOL EDUCATIONAL PRODUCTS AND FEATURES OF MARKETING CONTROL AT THE MAIN STAGES OF CONSUMER ROLE TRANSFORMATION..... | 143 |
| <i>Lukashchuk P.I., Beresnev D.N., Vukovich G.G., Ostrovskaya A.V.</i> | FORMATION OF THE MARKETING FRAME OF THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF ENSURING THE STABILITY OF BUSINESS PROCESSES | 147 |
| <i>Lyubofeev V.D.</i> | MARKETING ASPECTS OF REGULATION THE AUDITING SERVICES MARKET IN RUSSIA AND ABROAD | 151 |
| <i>Makrinova E.I., Matuzenko E.V., Odarchenko D.D.</i> | MARKETING RESEARCH OF ADVERTISING OPPORTUNITIES OF POPULAR MEDIA PLATFORMS (USING THE EXAMPLE OF THE VKONTAKTE SOCIAL NETWORK)..... | 157 |
| <i>Murtazin R.M., Fursova E.A., Shumakova I.A.</i> | PRODUCTION, LOGISTICS AND MARKETING IN TERMS OF GEOPOLITICAL INSTABILITY: SUCCESS OF CHINA AND RUSSIA PARTNERSHIP | 162 |
| <i>Nezhnikova E.V., Mitrofanov D.V.</i> | CLASSIFICATION OF DEVELOPMENT FACTORS AND INCREASED ECONOMIC EFFICIENCY OF DENTAL IMPLANTS PRODUCTION..... | 167 |
| <i>Nikonorov S.M., Syuj Yun', Chzhan Shulin'</i> | AN EMPIRICAL STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN ENERGY CONSUMPTION, INDUSTRIAL STRUCTURE AND ECONOMIC DEVELOPMENT IN CHINA..... | 172 |
| <i>Nikonorov S.M., Chzhan Shulin', Syuj Yun'</i> | REGIONAL DIFFERENCES IN THE COORDINATED DEVELOPMENT LEVEL OF CHINA'S 3E ENERGY, ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL SYSTEMS | 178 |
| <i>Nikonorov S.M., Shevchuk A.V., Syuj Yun', Chzhan Shulin'</i> | A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN ENERGY CONSUMPTION AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF CHINA BASED ON THE IPAT MODEL..... | 185 |
| <i>Orlov P.V.</i> | THE PLACE OF MODERN MARKETING TECHNOLOGIES IN THE INTERNET SPACE IN THE PROMOTION OF GOODS AND SERVICES | 189 |
| <i>Orlov P.V.</i> | THE MAIN TRENDS IN DIGITAL MARKETING: FOCUS ON SOCIAL MEDIA | 193 |
| <i>Osadchaya S.M., Yusubov R.L., Novikov K.A.</i> | QUESTIONS OF THE RELEVANCE OF MARKETING PRACTICES IN CRISIS CONDITIONS..... | 196 |
| <i>Polushkina T.M.</i> | INVESTMENTS IN THE SYSTEM OF INCREASING THE INNOVATIVE ACTIVITY OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX..... | 201 |
| <i>Rezevin A.V., Gorbunov A.I.</i> | DIAGNOSTICS AND AUDIT OF THE PROMISING ECONOMIC SPECIALIZATION OF THE REGION | 206 |

| | | |
|--|--|-----|
| <i>Rodionov A.P.</i> | INVESTMENT ASSESSMENT OF MEASURES TO REALIZE THE NEEDS OF RESOURCE SUPPLYING ORGANIZATIONS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT..... | 214 |
| <i>Rybalko M.A., Astahin A.S., Govoruha N.S.</i> | MARKETING INFLUENCE OF UNIVERSITIES ON TERRITORIAL DEVELOPMENT..... | 217 |
| <i>Svirin I.V., Akseyonova A.A.</i> | STANDARDS OF NON-FINANCIAL REPORTING: FEATURES AND LIMITATIONS..... | 224 |
| <i>Sinicyna I.A., Kublin I.M., Voronov A.A.</i> | ON THE QUESTION OF THE DEVELOPMENT DYNAMICS OF PASSENGER TRANSPORTATION ON THE VOLGA RAILWAY | 229 |
| <i>Smirnova T.S., Golub O.V.</i> | MONITORING THE IMPLEMENTATION OF THE INDUSTRY PROGRAM «USE OF SECONDARY RESOURCES IN INDUSTRIAL PRODUCTION»..... | 232 |
| <i>Terenteva O.I., Li Baizhi</i> | INNOVATION POLICY AS A FACTOR IN STIMULATING INNOVATION ACTIVITY IN THE ECONOMY | 238 |
| <i>Titova E.S.</i> | GREEN, CIRCULAR AND BIOECONOMY MODELS FEATURES TO ACHIEVE SUSTAINABLE DEVELOPMENT | 245 |
| <i>Tolstykh T.O., Geraskina A.A., Shchelchkov K.A.</i> | PROSPECTS FOR A CIRCULAR ECONOMY IN RUSSIA AT THE PHASE OF GLOBAL CHALLENGES | 252 |
| <i>Trofimov S.E.</i> | APPLICATION OF A SYSTEM-FUNCTIONAL APPROACH IN THE METHODOLOGY OF STATE REGULATION OF THE OIL AND GAS COMPLEX OF RUSSIA..... | 258 |
| <i>Fedorova N.B., Vukovich G.G., Govoruha N.S., Ostrovskaya A.V.</i> | FEATURES AND MARKETING ASPECTS OF YOUTH LABOR BEHAVIOR MANAGEMENT | 266 |
| <i>Fomina K.R.</i> | ISSUES OF UPDATING THE ESG AGENDA IN TERRITORY MARKETING..... | 270 |
| <i>Zheng Qian, Novikov K.A.</i> | MARKETING TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF MARKETPLACES IN THE INTERNET ENVIRONMENT | 273 |
| <i>Shamkov A.YU.</i> | SOCIAL RESPONSIBILITY OF A MODERN ENTERPRISE: BOUNDARIES AND DIRECTIONS OF IMPLEMENTATION | 278 |
| <i>Shcherbina K.O.</i> | THE MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE TOURIST AND RECREATIONAL COMPLEX OF THE KRASNODAR TERRITORY..... | 283 |
| <i>Yudnikova E.S., Abasheva P.S., Shumakova I.A.</i> | ANALYSIS OF THE STATE OF THE SITUATION AND MARKETING CONDITION ON THE MARKET OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TRANSPORT LOGISTICS | 286 |
| <i>Usubov R.L.</i> | INTEGRATION OF MARKETING AT MICRO AND MACRO LEVEL AS PERSPECTIVE MARKETING TREND..... | 291 |

5.2.4. FINANCE

| | |
|---|-----|
| <i>Brche A.M., Brche M.A., Schaab A.</i> | |
| AN INTEGRATED APPROACH TO BUSINESS TAXATION IS THE BASIS FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE STATE..... | 297 |
| <i>Bykanova N.I., Mel'nikova N.S., Abduzhalilova F.YU.</i> | |
| FINANCIAL INNOVATIONS AS A MARKETING TOOL FOR DEVELOPING CUSTOMER RELATIONSHIPS | 302 |
| <i>Gomboeva A.N., Odoeva O.I., Burlov D.Y.</i> | |
| GREENING THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX IN THE LIGHT OF THE ESG CONCEPT..... | 307 |
| <i>Danchenko A.S., Yakovenko Z.M.</i> | |
| ENSURING ECONOMIC AND FINANCIAL SECURITY BASED ON THE EFFECTIVE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES | 312 |
| <i>Samarchenko O.I.</i> | |
| MODEL OF GOVERNMENT SUPPORT OF INNOVATIVE AREAS OF SME DEVELOPMENT IN RUSSIA..... | 316 |

5.2.5. WORLD ECONOMY

| | |
|---|-----|
| <i>Kizim A.A., Moudrov A.B., Houngnibo Coffi Ronel Orden</i> | |
| INTERNATIONAL BUSINESS IN AFRICAN COUNTRIES ON THE EXEMPLE AGRARIAN SECTOR OF BENIN STATE | 323 |
| <i>Semenikhin A.K.</i> | |
| TRADE AND ECONOMIC COOPERATION BETWEEN RUSSIA AND CHINA IN THE OIL SECTOR: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES | 328 |

5.2.6. MANAGEMENT

| | |
|---|-----|
| <i>Bagnyuk D.V.</i> | |
| DRIVERS AND BARRIERS TO THE DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL FRIENDLINESS IN THE MARKETING POSITIONING OF FOOD RETAIL COMPANIES IN MODERN RUSSIA..... | 332 |
| <i>Brikota T.B., Vukovich G.G., Ostrovskaya A.V., Kol'cova N.A.</i> | |
| THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF OPTIMIZATION CONFIGURATION OF THE MODERN HR CONTROL CIRCUIT | 338 |
| <i>Buhtayarov A.A., Ignat'eva I.V., Baksheev A.I., Zakharova L.N.</i> | |
| MODERN CONCEPTUAL APPROACHES TO FORMALIZING HR DISCOURSE..... | 341 |
| <i>Danilina E.I., Tagibova A.A., Saraeva O.N., Buhtayarov A.A.</i> | |
| RESEARCH OF TERMINOLOGICAL ASPECTS OF STAFF MOTIVATION: CURRENT TRENDS AND CHALLENGES | 344 |
| <i>Danilov D.E.</i> | |
| IMPLEMENTATION OF A PROJECT OF NATIONAL IMPORTANCE IN THE STRATEGIC PLANNING OF CLIMATE POLICY OF THE RUSSIAN ECONOMY AT THE STAGE OF FORMATION OF TECHNOLOGICAL SOVEREIGNTY | 348 |
| <i>Dolgushin A.B.</i> | |
| PRINCIPLES OF CIRCULAR ECONOMY IN THE PUBLIC ADMINISTRATION SYSTEM OF SUSTAINABLE SOCIO-ECOLOGICAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT | 351 |

| | |
|--|-----|
| <i>Egorova L.I., Biblja G.N., Shabaev A.A., Lopatina I.YU.</i> | |
| DIGITAL MANAGEMENT IN CONSTRUCTION COMPANIES: SYSTEM ANALYSIS AND DECISION-MAKING..... | 355 |
| <i>Kolobova E.YU., Andreev A.I.</i> | |
| ANALYSIS OF SOCIO-ECONOMIC FACTORS OF THE FUNCTIONING OF THE SPHERE OF NON-STATIONARY TRADE IN RUSSIA | 360 |
| <i>Manyushko S.V.</i> | |
| THE ROLE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS IN THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF DOMESTIC INNOVATION CLUSTERS | 364 |
| <i>Sajdulaev A.G.</i> | |
| THE RELEVANCE OF ORGANIZING A CONTROLLING SYSTEM IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS | 371 |
| <i>Tolstykh T.O., Kochetova O.O., Garkovenko V.E.</i> | |
| THE MECHANISM FOR MANAGING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES..... | 374 |
| <i>Torosyan E.S., Dubinina M.A., Putyrskij A.G.</i> | |
| VERBAL AND GRAPHICAL APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY OF THE UNIVERSITY | 382 |

SCIENTIFIC REPORTS

| | |
|---|-----|
| <i>Palamarchuk G.I., Vukovich G.G., Kol'cova N.A., Ostrovskaya A.V.</i> | |
| STRATEGIC TRENDS DEFINING HR PROCESSES ON A LARGE-SCALE DIGITAL TRANSFORMATION PLATFORM..... | 386 |
| <i>Palamarchuk G.I., Vukovich G.G., Ostrovskaya A.V., Kol'cova N.A.</i> | |
| INNOVATIVE STRATEGIES FOR THE MODERNIZATION OF PERSONAL MANAGEMENT: PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE HR AGENDA | 390 |
| <i>Putyrskij A.G., Vukovich G.G., Ostrovskaya A.V., Savina K.S.</i> | |
| INCREASING THE EFFECTIVENESS OF COMMUNICATIONS AS A CONDITION OF HR TRANSFORMATIONS IN THE DOMESTIC BUSINESS ENVIRONMENT..... | 394 |

DEBATING ISSUES

| | |
|--|-----|
| <i>Kremlev N.K., Yakhneeva I.V.</i> | |
| DEVELOPING METHODS OF INTERACTION WITH CONSUMERS IN THE BASIS OF A NEUROMARKETING APPROACH..... | 398 |
| INFORMATION ABOUT AUTHORS | 403 |
| AUTHORS TO NOTE..... | 408 |

5.2.3. РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 338.439

М.В. Авраменко

ФОРМИРОВАНИЕ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННОЙ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА РЕГИОНА

M.V. Avramenko

FORMATION OF A DIVERSIFIED STRATEGY FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REGIONAL FOOD MARKET

Ключевые слова: продовольственное обеспечение, устойчивое развитие, продовольственный рынок, индикаторы роста, стратегия стабильности, стратегия роста, диверсифицированная стратегия, региональная экономика.

Keywords: food security, sustainable development, food market, growth indicators, stability strategy, growth strategy, diversified strategy, regional economy.

Цель: расширение приемов и методов разработки стратегии устойчивого развития для решения не утрачивающих актуальность задач повышения качественного и количественного продовольственного обеспечения населения. Обсуждение: высокая социальная значимость продовольственного рынка предполагает концентрацию внимания системы управления на формирование и функционирование механизмов защищенности и стабилизации его работы, сохранения существующих форм и параметров функционирования. В рамках региональной стратегии развития продовольственного рынка необходимо достичь сочетания мер безопасности и стабильности его функционирования, воздействий по стимулированию качественного роста. Результаты: в рамках диверсифицированной стратегии стабильности и роста управленческие усилия первоначально направляются на решение задач безопасности функционирования продовольственного рынка и по достижению его защищенного состояния, определяемого предлагаемой системой показателей, нацеливаются на задачи качественного роста, что позволяет достичь сбалансированного развития данного сектора региональной экономики.

Purpose: expanding the techniques and methods for developing a sustainable development strategy to solve the ongoing problems of increasing the quality and quantity of food supply for the population. Discussion: the high social significance of the food market requires the concentration of attention of the management system on the formation and functioning of mechanisms for protecting and stabilizing its work, preserving existing forms and parameters of functioning. As part of the regional strategy for the development of the food market, it is necessary to achieve a combination of security measures and stability of its functioning, and influences to stimulate quality growth. Results: within the framework of a diversified strategy of stability and growth, management efforts are initially aimed at solving the problems of safe functioning of the food market and, upon achieving its protected state, determined by the proposed system of indicators, are aimed at the tasks of quality growth, which allows achieving a balanced development of this sector of the regional economy.

Электронный адрес: avramenko-eso@yandex.ru

Введение

Сформулированы 17 целей развития человечества и первые три из них напрямую связаны с решением проблем доступности продуктов питания [5]: первая цель – ликвидации нищеты – не может быть достигнута без обеспечения пищей каждого человека; вторая цель обеспечения продовольственной безопасности напрямую указывает на важность устойчивого роста производства пищевых продуктов; третья цель – обеспечение здорового образа жизни – предполагает потребление качественных и полезных продуктов. Таким образом, даже в космический век постиндустриальной цифровой экономики продовольственное обеспечение остается ключевой целью устойчивого социально-экономического роста. Устойчивость регионального продовольственного рынка является основой надежного продовольственного обеспечения населения, выступает одной из ключевых сфер государственного регулирования и внимания региональных властей.

Методы

Изучение процессов функционирования продовольственного рынка региона требует использования различных методов исследования: статистического анализа, проведения сравнений, составления классификаций и группировок, формирования оценок рисков, прогнозирования. Наибольшей сложностью проведения исследования является необходимость сочетания количественных и качественных методов. Для интерпретации количественных показателей, характеризующих изменение продовольственного рынка и эволюцию потребления продуктов питания, используются методы экспертных оценок, шкалирование состояний изучаемой системы.

Результаты

Источником спорности понятия устойчивого роста исследователи видят в изначальной фокусировке его содержания на экологической проблематике, которая была отражена в Докладе «Наше общее будущее» Комиссии ООН по окружающей среде и развитию в 1987 году и стала основой разработки концепции устойчивого роста, эволюционировавшего в парадигму решения широких социально-экономических проблем [14]. Общепринятое понимание развития не имеет точек соприкосновения с устойчивостью экономической системы [15]. Следует отметить, что устойчивость и развитие – позитивные характеристики функционирования системы, но механизмы их реализации различны и эти различия не должны противопоставляться, а согласовываться в рамках долгосрочного управления социально-экономической системой, формализуемого в виде выработки и реализации определенной стратегии. Формирование стратегии является основой долгосрочного управления социально-экономическими системами. Так, М. Портер формулирует основную задачу стратегии как обеспечение долгосрочных конкурентных преимуществ [20]. Содержанием стратегии А. Томпсон определяет набор действий, направленных на достижение запланированных показателей деятельности [24]. Стратегия должна четко определять: «куда двигаться (приоритеты развития предприятия) и как двигаться (какие проекты следует реализовывать в рамках стратегии)» [25].

Отдельные исследователи для анализа таких стратегий выделяют подстратегии [13], под которыми подразумевается управленческая активность в отдельной сфере руководства (управление закупками, персоналом, сбытом и пр.). С точки зрения сочетания в рамках одной стратегии разнонаправленных и равнозначных векторов управленческой активности (стабильности и роста) позволяет характеризовать данную стратегию как диверсифицированную. Понятие диверсификации (лат. *diversus* «разный» и *facere* «делать») обозначает в экономике одновременную реализацию разнородных хозяйственных активности в рамках общей организации и системы управления. Диверсифицированная стратегия развития продовольственного рынка реализуется в рамках одной сферы деятельности, но по нескольким векторам управленческой активности, которые могут иметь как общие области взаимодействия, так и противопоставляться друг другу в отдельных случаях. Нахождение оптимальных пропорций многообразной хозяйственной деятельности, в научной литературе рассматривается преимущественно с точки зрения соответствия потребностей и ресурсов их удовлетворения: «Сбалансированность можно определить, как взаимный баланс с позиции масштаба, структуры и качественных особенностей ресурсов и спроса на них» [2]. Для региональной экономики сбалансированное состояние является искомым, но сложно достижимым, что достаточно наглядно формулируют отдельные ученые: «Подобно канатоходцу, региональная экономика с помощью обеспечения сбалансированного развития поддерживает свое равновесие, не обрушивается, а переходит из одного состояния в другое, значит, развивается. Сбалансированное развитие региона – это случайность, однако очень хорошо организованная с учетом дуализма экономических интересов стейкхолдеров регионального развития» [6].

Компромиссный характер данного явления имеет смысл рассматривать через призму антагонистических начал, заложенных в основу формирования тенденции к устойчивости и сбалансированности развития регионов [15]. Под сбалансированным устойчивым развитием региона, по нашему мнению, следует понимать потенциал региональной социально-экономической системы поддерживать текущее состояние и изменяться в долгосрочной перспективе в условиях динамичного развития внутренней среды в целях достижения заданных параметров развития на основе сбалансированности интересов экономической, социальной и экологической подсистем [2]. Достижение сбалансированности основывается на стихийном или управляемом достижении пропорций хозяйственной деятельности, которые измеримы: «Количественные пропорции, устанавливаемые между различными индикаторами, в совокупности образуют неразрывную систему, посредством которой можно оценить уровень сбалансированности в различных аспектах» [16]. В управленческой практике на уровне предприятий для выявления оптимальных пропорций деятельности разрабатываются специализированные системы сбалансированных показателей [28,29,30], которые уже прошли несколько этапов развития [4], но еще содержат значительные теоретико-методологические проблемы: «большинство исследователей теоретическую постановку проблематики системы сбалансированных показателей дают на уровне общих рассуждений» [26]. Сбалансированные показатели разрабатываются для четкого обозначения стратегических приоритетов развития бизнеса. Данный инструмент стратегического управления применяется также для совершенствования систем руководства регионального уровня [3,11].

Обсуждение

По удельному весу потребительский рынок, обеспечивающий жизнедеятельность населения, занимает ведущее место в системе рынков региона» [8]. В Ростовской области – в регионе, который обладает значительным собственным потенциалом в обеспечении устойчивого роста данного сектора экономики, доля потребительских расходов на продукты питания снизилась за период с 2000 по 2022 г. с 51% до 37,5% [21]. За тот же период расходы на услуги выросли почти в три раза с 11,3% до 29,1% [21], что отражает тенденции развития сервисной экономики, в том числе, общественного питания. Так, оборот сферы общественного питания региона за 20 лет вырос в десятки раз с 1354,8 млн р. в 2000 году до 51509,5 млн р. в 2022 году [21]. Следует отметить, что данный рост сформировался не только за счет увеличения объема предоставляемых услуг, но и стал следствием выхода из теневой экономики предприятий потребительского сектора, для которых в настоящее время действует целый ряд налоговых режимов, снижающих фискальное давление на малый бизнес и индивидуальную трудовую деятельность, что стимулирует их к ведению открытой и официальной хозяйственной активности. Объем розничной торговли продуктами питания в регионе также значительно увеличился за тот же период, хотя и в меньшей пропорции с 27542,6 млн р. в 2000 году до 647636,9 млн р. в 2022 году [21]. В анализируемом периоде можно констатировать одновременное развитие всех форм торговли – активно расширялись розничные сети, оборот товаров на рынках и ярмарках области увеличился с 20520,8 млн р. в 2000 году до 97592,9 млн р. в 2022 году [21]. Таким образом, происходило как экстенсивное, так и интенсивное развитие продовольственного рынка, что выражается, в частности, в активном развитии значимых для сбалансированного питания продуктовых групп, например, таких как рыба и морепродукты, доля которых в потребительской корзине увеличилась с 0,4% в 2000 году до 1,3% в 2022 году [21], хотя потребление данной продукции остается еще недостаточной с точки зрения физиологических норм.

Устойчивость продовольственного рынка является важной составляющей экономической безопасности общества, которая является комплексной характеристикой существующего состояния экономики и возможностей институтов власти, субъектов хозяйствования, существующей системы управления противодействовать угрозам и рискам [22]. Подходы к изучению экономической безопасности широко представлены в научной литературе [12,22,23], а само понимание безопасности обобщается исследователями как комплексная характеристика [22]. Важно отметить, что обеспечение экономической безопасности выступает значимой компонентой действия региональных властей: «Важной задачей регионального публичного управления с точки зрения обеспечения экономической безопасности является минимизация негативного влияния внешних угроз одновременно с устранением «слабых сторон»» [22]. Продовольственная безопасность является одной из сфер экономической безопасности, в значительной степени регулируется на региональном уровне [1,9], целенаправленно обеспечивается государством, что закреплено в «Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации» [18]. Законодательное закрепление положений продовольственной безопасности позволяет четко определить базовые цели устойчивого развития в данной сфере, которые заключаются в надежном функционировании продовольственного рынка, под которым в Доктрине понимается [18] продовольственная независимость Российской Федерации, способная гарантировать физическую и экономическую доступность каждому гражданину пищевой продукции в объемах, не меньше рациональных норм потребления. В Доктрине также определены риски продовольственной безопасности по всем сферам производства и оборота продуктов питания, что позволяет оценивать существующее нормативно-правовое обеспечение данной сферы экономики как достаточно развитое, но еще требующее совершенствования, в том числе в теории и методологии обеспечения безопасности, что реализуется в целом ряде исследований, акцентирующих внимание на необходимости проведения мероприятий по безопасности в долгосрочной перспективе [12] и конкретизирующих расчеты показателей достаточности и доступности продовольствия [1], которые отслеживаются с учетом пороговых кризисных

значений [1]. Развитая методологическая база оценки продовольственной безопасности региона выступает основой для разработки комплекса показателей стратегии его устойчивости, в качестве которого могут выступать четыре группы индикаторов, рассматриваемых исследователями в качестве ключевых для продовольственной безопасности [9]: количественные изменения сферы оборота продовольственной продукции, достаточность продовольственного обеспечения, логистические условия и финансовые возможности, которые. Рассмотрим следующую последовательность терминов, характеризующих состояние продовольственного рынка: «опасное – рискованное – стабильное – защищенное – устойчиво растущее». Данные качественные характеристики состояний продовольственного рынка региона в дальнейшем могут быть раскрыты более полно, но принципиально важным является то, что они формируют более широкие степени оценки социально-экономических процессов, что позволяет точнее настроить механизмы принятия решений, поскольку, три степени оценки фактически обозначают предельные состояния системы (низкая – высокая безопасность) с некоторым центром в виде нормального состояния, от которого сразу следует переход к одному из предельных значений.

Основу современного продовольственного рынка составляют розничные сети, обеспечивающие сбыт широчайшего ассортимента продуктов питания. Регулирование деятельности данных сетей является важнейшим элементом обеспечения устойчивости продовольственного рынка. Так, в рамках, рассмотренных выше мер поддержки местных производителей продовольствия органами региональной власти должна проводиться работа с розничными торговыми сетями по стимулированию закупки продуктов местного производства, желательна определенная доля присутствия продукции местных производителей в обороте розничных сетей. Контроль за предотвращением монополизации продовольственного рынка, мониторинг уровня цен и ассортимента предлагаемых продовольственных товаров, выделение групп социально значимой продукции и удержание цен на нее – все это наиболее значимые управленческие мероприятия в сфере взаимодействия органов власти региона с розничными сетями. Бесперебойное и количественно достаточное продовольственное обеспечение жителей региона возможно только при наличии мощного инфраструктурно-логистического комплекса. Его постоянный рост – одно из ключевых условий устойчивого продовольственного обеспечения, поскольку значительная часть продуктов питания относится к скоропортящимся товарам и требует особых условий хранения и транспортировки, развитой системы доставки. Рост логистических мощностей требует постоянных инвестиций, что ставит задачи перед региональными властями по обеспечению привлекательного инвестиционного климата, снижению административных барьеров, расширению форм торговли. Основными мероприятиями развития инфраструктурно-логистического комплекса продовольственного рынка региона являются:

- инвестирование в развитие транспортно-логистической системы региона;
- расширение числа ярмарок, крытых рынков, мест торговли;
- снижение уровня администрирования торговой и логистической деятельности;
- разработка архитектурно-планировочных решений по застройке территорий региона с учетом обеспеченности торговыми площадями;
- содействие развитию электронной торговли, в том числе местных производителей, путем поддержки виртуальных торговых платформ.

Здоровое питание, являясь индивидуальным выбором человека, выступает элементом развития культуры и должно поддерживаться соответствующей инфраструктурой потребления, выступающей обязательным элементом функционирования современного хозяйственного механизма розничной торговли, формирующего образ и пространство жизни и деятельности [7], создавая комфортные условия для приобретения и использования качественных продуктов питания, реализации социальных инициатив в данной сфере. Для разработки управленческих решений в сфере развития продовольственного рынка нужны точные показатели, позволяющие оценивать динамику качества процессов развития. Исходными аналитическими параметрами качественного развития продовольственного рынка региона могут выступить следующие показатели, характеризующие структуру предложения продовольственных товаров и услуг:

- удельный вес организаций торговли, реализующих меры социальной поддержки, в общем числе розничных организаций продовольственного рынка;
- удельный вес мер социальной поддержки в комплексе маркетинга организации торговли;
- степень доступности пищевых продуктов в объемах и ассортименте, соответствующих рациональным нормам;
- удельный вес органической продукции и продуктов с дополнительными биологическими свойствами в продуктовом ассортименте торговых организаций;
- удельный вес товаров в экологичной упаковке;
- удельный вес товаров, участвующие в акциях по защите природы;
- уровень внедрения современных финансовых технологий;
- удельный вес товаров, реализуемых с помощью современных информационно-коммуникационных технологий;
- тем роста оборота электронной торговли.

Для комплексной оценки качества развития продовольственного рынка региона, необходимо оперировать не отдельными показателями или их группой, а унифицированными характеристиками состояний, для чего может быть применена пятиступенчатая шкала, описывающая следующие степени развития: «деградация» – «отставание» – «слабая модернизация» – «развитие с учетом ESG-повестки» – «инновационный рост». Поскольку показатели, характеризующие степени развития, очень разнородны, то их необходимо свести к балльным оценкам, например, к сто балльной шкале, что позволит описывать текущие процессы преобразований продовольственного рынка на основе предложенной выше градации состояний. Важно отметить, что формирование стратегий развития торговой деятельности на региональном уровне уже имеет значительную практику реализации. Более того, формирование программы развития законодательно было рекомендовано органам региональной власти еще в 2009 году статьей 18 Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», в которой указано, что: «для содействия развитию торговли органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления могут разрабатывать соответственно региональные и муниципальные программы развития торговли» [17]. В рамках закона цель развития торговли трактуется достаточно узко и сводится к формированию материально-технической базы торговли, в частности – к достижению «нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов» [17]. В методических рекомендациях по разработке данных региональных программ [19] в качестве индикаторов развития торговли предлагается более широкий комплекс показателей, включающий: характеристики количественных изменений торговой сферы (динамика оборота, колебания цен, обеспеченность торговыми площадями), структурные показатели торгового оборота (доля

импортных и отечественных товаров, доля фальсифицированной продукции), финансовые результаты деятельности (налоговые поступления, объем привлеченных инвестиций, доля убыточных торговых организаций), а также социальные эффекты работы торговых предприятий – удовлетворенность населения товарами и качеством обслуживания. В рамках региональной стратегии развития продовольственного рынка необходимо достичь сочетания мер безопасности и стабильности его функционирования, воздействий по стимулированию качественного роста. Цель стратегии развития продовольственного рынка – это обеспечение устойчивого количественного и качественного роста потребления продуктов питания при повышении гарантий безопасности и надежности функционирования рынка. Стратегия должна обеспечить достижение долгосрочных целей качественных преобразований продовольственного рынка при сохранении стабильности функционирования всех его процессов. Данная стратегия интегрирует две подстратегии – стабильности и роста, поэтому является диверсифицированной. Ключевым моментом успеха реализации диверсифицированной стратегии является поиск баланса управленческих мероприятий по каждой из подстратегий. Для поддержки рассмотренных выше направлений качественного развития продовольственного рынка региона органами власти могут реализовываться меры по широкому спектру направлений:

- усиление мер поддержки инновационного предпринимательства в производстве и реализации продуктов питания;
- снижение административных барьеров при выводе на рынок новой продукции;
- поддержка добровольной сертификации качества;
- содействие проектам импортозамещения в сфере продовольственного обеспечения;
- первоочередное размещение коммерческих объектов социально ориентированных торговых организаций;
- стимулирование социально-ответственного поведения бизнеса;
- расширение мест сбыта экологически чистой и органической продукции фермерских хозяйств;
- организация обучения и просвещения жителей региона в сфере качества продовольственных товаров;
- пропаганда экологической повестки и рационального потребления;
- проведение мероприятий по продвижению экологичной продукции, в том числе местных производителей;
- оказание помощи производителям и сбытовым организациям продовольственного сектора в развитии коммуникационно-информационной инфраструктуры;
- поддержка системы образования кадров торговой сферы.

Первоочередными мероприятиями являются действия по безопасности функционирования рынка. После достижения оценок состояния рынка как «стабильное» или «защищенное» возможна реализация управленческих мероприятий по его развитию. Реализация мероприятий по развитию должна сопровождаться постоянной переоценкой состояний устойчивости, чтобы избежать возможного снижения защищенности и надежности функционирования. Например, если при оценке стабильности функционирования продовольственного рынка обнаруживаются явления, связанные с ростом некачественной или фальсифицированной продукции, то управленческие мероприятия фокусируются на контрольных и надзорных воздействиях. После стабилизации ситуации в этой сфере система управления может переключаться на реализацию мероприятий по поддержке производства и сбыта инновационной и более качественной пищевой продукции. Точное распределение ограниченных ресурсов на решение задач стабилизации и развития продовольственного рынка позволяет сформировать диверсифицированную стратегию его регулирования, обеспечить устойчивый рост данного сектора региональной экономики.

Заключение

Итак, управленческие мероприятия по обеспечению безопасного функционирования продовольственного рынка региона формируются в рамках стратегии стабильности и представлены мерами контроля, административного регулирования, стимулирования количественного роста. Для развития требуется иной состав мер в виде активных инноваций, использования новых технологий и форм торговли, что предполагает формирование стратегии развития, ориентированной на изменение качества продовольственного обеспечения. Таким образом, согласование управленческих мероприятий по обеспечению стабильности и развития требует формирование единой диверсифицированной стратегии, в рамках которой может быть найден баланс разрабатываемых и реализуемых воздействий на процессы функционирования продовольственного рынка. Нахождение баланса основывается на оценке состояний устойчивости и качества развития и формирования последовательности управленческих воздействий, которые на начальной стадии обеспечиваются защищенность и надежность функционирования продовольственного рынка региона, а в дальнейшем обеспечивают его качественное развитие. Приемы разработки диверсифицированной стратегии развития могут быть использованы в управлении других сфер региональной экономики, так как позволяют наиболее полно учесть ее сложное и противоречивое содержание, выбрать оптимальные траектории устойчивого роста.

Литература

1. Галиахметова А.М. К вопросу о методах оценки уровня продовольственной безопасности // Азимут научных исследований: экономика и управление, 2014. – № 2. – С. 18-21.
2. Гамидуллаева Л.А., Грошева Е.С., Белоградова О.А., Шевченко Д.Н. Сбалансированное развитие территории: подходы к определению и оценке // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе, 2022. – № 3. – С. 25-41.
3. Даванков А.Ю., Яцукова Н.Л. Трёхфакторная модель оценки сбалансированности развития региональных подсистем // Вестник Челябинского государственного университета, 2015. – № 18. – С. 28-38.
4. Давыденко Е.А. Эволюция концепции сбалансированной системы показателей: от истоков к цифровому предпринимательству // Российское предпринимательство, 2018. – № 2. – С. 461-472.
5. Доклад о человеческом развитии в Российской Федерации за 2016 год / под ред. С.Н. Бобылева и Л.М. Григорьева. – М.: Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации, 2016. – 298 с.
6. Ендовицкий Д.А. Анализ дуализма экономических интересов в контексте проблемы обеспечения сбалансированного развития региона / Д.А. Ендовицкий, Н.В. Сироткина, А.Ю. Гончаров // Регион: системы, экономика, управление, 2014. – № 3. – С. 19-26.
7. ESG-трансформация как вектор устойчивого развития: Т. 2 / Под общ. ред. К.Е. Турбиной и И.Ю. Юргенса. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2022. – 650 с.
8. Иневатова О.А., Прокофьева Е.П. Механизм управления развитием потребительского рынка региона в современных условиях // ВЕСТНИК ОГУ, 2011. – № 13. – С. 210-215.
9. Караулов В.М., Селезнева Е.Ю. Модель оценки региональной потребительской безопасности (на материалах субъектов Приволжского федерального округа) // Продовольственная политика и безопасность, 2023. – Т. 10. – № 1. – С. 69-92.
10. Киселева И.А., Симонович Н.Е. Экономическая и социально-психологическая безопасность регионов Российской Федерации // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, 2014. – № 8. – С. 40-44.

11. Кормановская И.Р. Система сбалансированных показателей – эффективный инструмент стратегического и оперативного управления регионом // Региональная экономика: теория и практика, 2011. – № 18. – С. 42-47.
12. Кормишкин Е.Д., Саушева О.С. Формирование системы продовольственной безопасности: национальный и региональный уровень // Инженерные технологии и системы, 2007. – № 1. – С. 36-40.
13. Кузьмич Н.П. Организационно-экономические аспекты устойчивого развития инвестиционно-строительного комплекса в условиях инновационных преобразований // Интеллект. Инновации. Инвестиции, 2013. – № 3. – С. 44-47.
14. Мачихина А.В. Устойчивое сбалансированное развитие региона как фактор экономической безопасности государства // Социально-экономические явления и процессы, 2014. – № 12. – С. 157-160.
15. Мачихина А.В. Методический инструментарий оценки устойчивого сбалансированного развития регионов в контексте обеспечения экономической безопасности государства // Социально-экономические явления и процессы, 2015. – № 1. – С. 49-52.
16. Мяхшин В.Н., Песьякова Т.Н., Мяхшина Р.В. Сбалансированность и пропорциональность социально-экономического развития региона как реализация регулирующей функции управления // Региональная экономика: теория и практика, 2015. – № 22. – С. 31-41.
17. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации – ФЗ №381 от 28 декабря 2009 года // [Электронный ресурс] – URL: <https://docs.cntd.ru/document/902192509>.
18. Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации: Указ Президента РФ от 21 января 2020 г. № 20 // [Электронный ресурс] – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/73338425/>.
19. Об утверждении методических рекомендаций по разработке региональных программ развития торговли – Приказ от 28 июля 2010 года №637 Министерство промышленности и торговли РФ // [Электронный ресурс] – URL: <https://docs.cntd.ru/document/902229298>.
20. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. / Майкл Портер. – М.: Альпина Паблшер, 2015. – 453 с.
21. Ростовская область в цифрах 2022: Стат. сб. – Ростов-на-Дону: Ростовстат, 2023. – 722 с.
22. Руденко М.Н. Теоретические основы понятия «экономическая безопасность региона» // Экономика и управление, 2018. – С. 22-28.
23. Татаркин А.И., Куклин А.А. Изменение парадигмы исследований экономической безопасности региона // Экономика региона, 2012. – № 2. – С. 25-39.
24. Томпсон А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Создание конкурентного преимущества. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2015. – 592 с.
25. Хакимова К.Р. Система критериев сбалансированности инновационно-инвестиционной стратегии предприятия // Фундаментальные исследования, 2018. – № 6. – С. 217-221.
26. Чудаев А.В. Шаткое положение проблемы "балансировки" системы сбалансированных показателей // Российское предпринимательство, 2008. – № 1. – С. 60-63.
27. Щербенко Е.В., Фирсенко С.С. Формирование системы продовольственной безопасности регионов. – Новосибирск: Наука, СО РАН, 2009. – 400 с.
28. Itner C.D., Larcker D.F. Coming up short on nonfinancial performance measurement // Harvard Business Review, 2003. – № 81. – P. 88-95.
29. Kaplan R.S., Norton D.P. The Balanced Scorecard: Translating strategy into action. – Boston: Harvard Business School Press, 1996.
30. Norreklit H. The Balance on the Balanced Scorecard: A Critical Analysis of Some of Its Assumptions // Management Accounting Research, 2000. – № 1. – P. 65-88.

УДК 338.486; 339.138

И.Ф. Андреев

**РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РОССИИ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ И СУБЪЕКТОВ ЭКОНОМИКИ**

I.F. Andresjan

**TOURISM DEVELOPMENT IN RUSSIA BASED ON MARKETING INFORMATION
FROM BUSINESS ENTITIES AND ECONOMIC ENTITIES**

Ключевые слова: туризм, туристическая деятельность, туристическая индустрия, санкции, маркетинговая информация, регионы, цифровые платформы, субъекты хозяйствования.

Keywords: tourism, tourism activities, tourism industry, sanctions, marketing information, regions, digital platforms, business entities.

Цель: провести исследование туристической деятельности и выявить роль маркетинговой информации, влияющей на результаты функционирования туристической индустрии, процесса предоставления маркетинговой информации организациями (предприятиями), территориями и регионами для целей информирования потребителей, формирования имиджа российской туристической индустрии. Обсуждение: маркетинговая информация туристических организаций (предприятий) и субъектов экономики призвана решать проблемы неосведомленности потребителей туристической продукции о разнообразии предложений туристической индустрии территорий страны. Для целей развития туристической индустрии Российской Федерации предлагается целый ряд требований предоставления маркетинговой информации, начиная от хозяйствующих субъектов туристической деятельности и организаций отрасли (сферы) вспомогательного и дополнительного характера, до отдельных территорий и субъектов экономики России. Результаты: туристическая индустрия представлена целым рядом особенностей и интегрирует в себе не только социально-экономическое развитие организаций (предприятий), территорий и субъектов экономики страны, но и культурный (духовно-нравственный) и политический аспекты. Рынок туризма подвержен сильным колебаниям, о чем свидетельствует проведенный авторами анализ туристической индустрии страны. В условиях пандемии, связанной с «COVID-19», введением незаконных санкций «недружественными» странами в отношении России и российского общества в целом, проведением странами «коллективного Запада» мероприятий по депопуляризации мнения своего населения о Российской Федерации, серьезно отразились на количестве въездных и выездных туристских поездках. Авторами отмечается, что для развития внутреннего и въездного туризма, необходимо формировать комплексную (системную) информацию от всех участников туристической индустрии.

Purpose: to conduct a study of tourism activities and identify the role of marketing information affecting the results of the functioning of the tourism industry, the process of providing marketing information by organizations (enterprises), territories and regions for the purpose of informing consumers, forming the image of the Russian tourism industry. Discussion: marketing information of tourism organizations (enterprises) and economic entities is designed to solve the problems of ignorance of consumers of tourist products about the variety of offers of the tourism industry of the country's territories. For the purposes of the development of the tourism industry of the Russian Federation, a number of requirements for the provision of marketing information are proposed, ranging from business entities of tourism activity and organizations of an industry (sphere) of an auxiliary and additional nature, to individual territories and subjects of the Russian economy. Results: the tourism industry is represented by a number of features and integrates not only the socio-economic development of organizations (enterprises), territories and subjects of the country's economy, but also cultural (spiritual and moral) and political aspects. The tourism market is subject to strong fluctuations, as evidenced by the authors' analysis of the country's tourism industry. In the context of the «COVID-19» pandemic, the imposition of illegal sanctions by «unfriendly» countries against Russia and Russian society as a whole, and the implementation by the countries of the "collective West" of measures to depopularize the opinion of their population about the Russian Federation, seriously affected the number of inbound and outbound tourist trips. The authors note that for the development of domestic and inbound tourism, it is necessary to form comprehensive (systematic) information from all participants in the tourism industry.

Электронный адрес: 06021997@inbox.ru

Введение

Туристический рынок играет важную роль в социально-экономическом и культурном развитии территорий, регионов и государства в целом. В отдельных странах, туризм является главным источником формирования валового внутреннего продукта и/или составляет значительную его долю. Прямыми бенефициарами в туристических отношениях являются не только туристы и организации туристической деятельности, но и хозяйствующие субъекты дополнительных и сопутствующих услуг (товаров) туристической индустрии, а также муниципальные образования, регионы и государство. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования позволяют выявлять, формировать, предоставлять информацию потребителям о продукции организаций (предприятий) и производителям о запросах, нуждах потребителей, а также формировать имидж территорий и государства.

Маркетинговая информация для всех прямых и косвенных бенефициаров туристической деятельности является основой ее развития. Для России роль маркетинговой информации возрастает не только для внутреннего, но и для стимулирования въездного туризма, что связано со сложившимися негативными условиями в отношении Российской Федерации «недружественными» странами (информационная война). В частности, под видом плюрализма происходит пропаганда средств массовой информации и их государственных структур о негативной и агрессивной роли российского общества и ее страны по отношению к мировой безопасности без объективных оценок и фактов [6], а также без учета мнений и точек зрения стран «неколлективного» Запада. Это детерминирует поиск эффективных методов и способов донесения маркетинговой информации потребителям всех видов туризма, до всех институтов туристической индустрии, включая органы власти территории, регионов и Российской Федерации в целом. Цель научной статьи заключается в выявлении роли маркетинговой информации организаций и субъектов экономики при формировании и развитии туристической индустрии Российской Федерации.

Методы

На основе анализа и индукции представлены логические соображения по сложившимся условиям развития российской туристической индустрии, в целом, и туристического рынка России, в частности, что способствовало конкретизации определенных проблем и угроз в данной сфере и отрасли деятельности. Метод обобщения данных позволил раскрыть схему предоставления маркетинговой информации туристической индустрии на разных уровнях государственного, общественного управления. Метод обобщения послужил основой для абстрактных суждений и конкретизации данных по возможному развитию туризма в стране в целом и ее субъектных элементах (субъектов хозяйствования, муниципальных образованиях, регионах).

Результаты

Туризм является сложным, многоаспектными многоплановым явлением и процессом. Он одновременно представляет и вид деятельности субъектов хозяйствования, и форму отдыха, и сферу (отрасль) народного хозяйства, и способ проведения досуга [12]. Развитие туризма оказывает стимулирующее влияние на другие сектора и комплексы национальной экономики, создает и формирует значительное количество рабочих мест, способствует межнациональному и межкультурному общению, влияет на сохранение и развитие культурного потенциала [4]. Следует отметить, что развитие российской туристической деятельности находится под особым контролем Президента Российской Федерации, особенно в последние годы, чему свидетельствовало проведение большого количества мероприятий и совещаний. Особо следует отметить, Послание Президента России Федеральному собранию Российской Федерации 29 февраля 2024 г., где Путиным В.В. отмечено «в целом по стране, с учетом динамичного развития таких туристических центров, как Алтай, Камчатка, Кузбасс, Северный Кавказ, Карелия, Русский Север, до 2030 года турпоток должен практически удвоиться – до 140 млн чел. в год. При этом, вклад туризма в ВВП России также вырастет вдвое, до 5%. В ближайшее время выработаем дополнительные решения на этот счет» [6]. По мнению руководителя Департамента туризма и гостиничного бизнеса ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», д.э.н. Розановой Т.П.: «санкции со стороны международного сообщества ставят под угрозу устойчивое развитие российской сферы туризма и особенно ее международной составляющей. В этих условиях целесообразна переориентация туристского бизнеса на развитие и поддержку внутреннего туризма. Есть шанс сделать его драйвером нивелирования угроз, возникающих из-за санкций, а данная индустрия может стать одним из драйверов российской экономики?» [5]. В таблице представлен анализ туристической индустрии России за 2017-2023 гг.

С 2020 года наблюдается существенное снижение количества въездных и выездных туристских поездок, что можно связать с мировой пандемией «COVID-19», когда в каждой стране были различные ограничения и запреты. Вместе с тем, в 2022-2023 гг. число туристских поездок данных видов изменилось не существенно по сравнению с «ковидным» периодом, что на наш взгляд связано со следующими явлениями и процессами:

- различные ограничения «недружественных» стран: закрытие воздушного пространства и запреты на продажу самолетов и запасных частей к ним; приостановка или затруднение получения виз консульствами; трудности при расчетах и переводах (ограничения SWIFT-переводов); закрытие границ (закрытие всех контрольно-пропускных пунктов) некоторых стран для россиян или запрет на пересечение границ на российские автомобилих и многое другое;
- проведение «недружественными» странами мероприятий по депопуляризации мнения своего населения по отношению к Российской Федерации;
- недостаточная рациональность структуры туристско-рекреационного комплекса России и невысокие темпы развития и модернизации его основных элементов за последние десятилетия [1];
- волатильность национальной валюты (рубля) и увеличение стоимости туристических путевок внутри страны и за ее пределами;
- отсутствие информации о многих достопримечательностях и святых местах в муниципальных образованиях (архитектуры, памятников, природной красоты и пейзажей и т.д.); познавательных культурных программах; территориях с экологически чистой окружающей средой; туристической продукции организаций, включая гастрономические туры, мероприятия событийного характера (спортивные соревнования, научные конференции, театральные и балетные постановки, музыкальные фестивали и т.д.) и многое другое.

Таблица

Анализ туристической индустрии Российской Федерации за 2017-2023 гг.
(фрагментарный срез, составленный на основе [7,8]
без учета данных присоединенных в 2022 году субъектов)

| Показатели | 2017 год | 2018 год | 2019 год | 2020 год | 2021 год | 2022 год | 2023 год | Отклонение | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------|---------------|-----------------|
| | | | | | | | | Абсл., ед. изм. | Темп роста, % | Темп прироста % |
| Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации (в основных текущих ценах, млрд р.) | 2242,7 | 2490,8 | 2789,9 | 2324,9 | 3218,0 | 3710,0 | 4304,7 | 2062 | 191,9 | 91,9 |
| Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации (в основных текущих ценах, %.) | 2,7 | 2,7 | 2,8 | 2,4 | 2,6 | 2,6 | 2,8 | 0,1 | 103,7 | 3,7 |
| Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию, тыс. чел. | 24,390 | 24,551 | 24,419 | 6,359 | 7,080 | 8,243 | 8,21 | -16,18 | 33,7 | -66,3 |
| Число выездных туристских поездок России в зарубежные страны, тыс. чел. | 39,629 | 41,964 | 45,330 | 12,361 | 19,199 | 22,487 | 25,687 | -13,942 | 64,8 | -35,2 |

Для России сегодня актуальным направлением развития туристической индустрии является внутренний и въездной туризм, что детерминирует усиление роли маркетинговой информации туристическими российскими организациями, муниципальными образованиями и субъектами экономики. На рисунке представлена схема предоставления маркетинговой информации, как основы развития туризма в Российской Федерации. Следует отметить, что маркетинговая информация представляется не только основными организациями сферы, отрасли туризма (туристическими организациями), но и хозяйствующими субъектами других сфер и отраслей деятельности национальной экономики. Это позволяет сформировать наиболее полную информацию о туристической индустрии территорий и страны, а также сформировать имидж субъектов хозяйствования, муниципалитетов, региона и государства. Функционирование туристической индустрии осуществляется посредством системы навигации и ориентирования в сфере туризма, туристского информационного центра и единой информационной системы электронных путевок и других цифровых платформ. Формирование совместных маркетинговых мероприятий направлено на предоставление информации о достижениях хозяйствующих субъектов, территорий, регионов по разным направлениям.

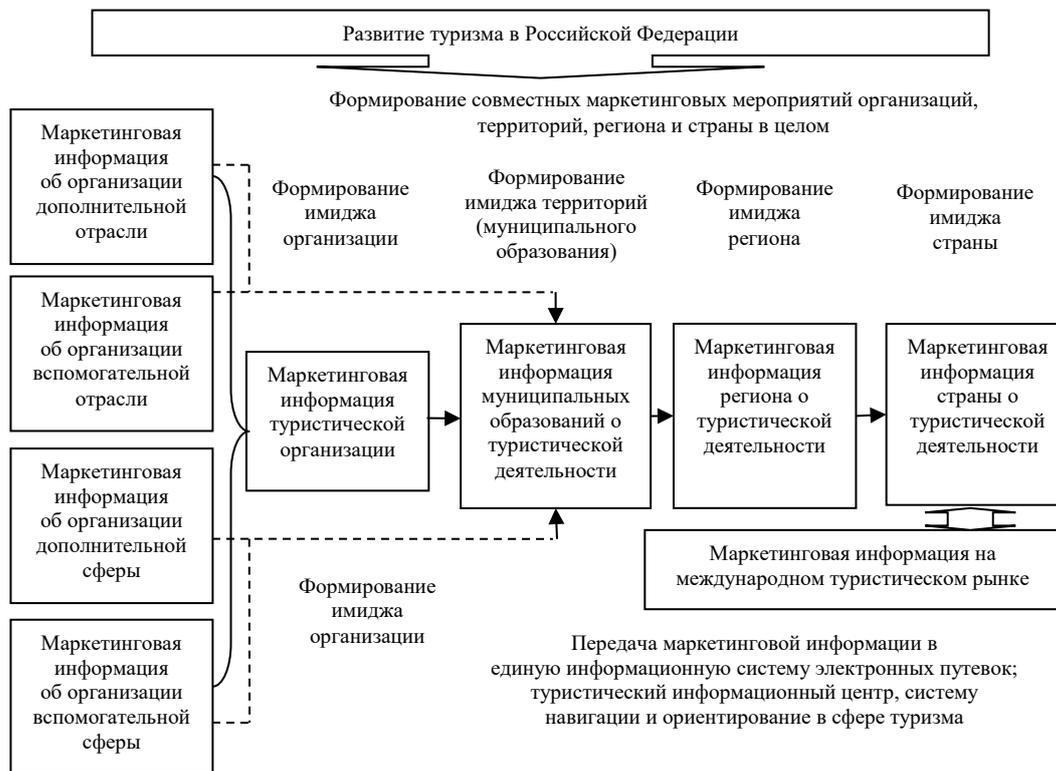


Рисунок Схема предоставления маркетинговой информации, как основы развития туризма в Российской Федерации (составлено автором)

К таким мероприятиям следует отнести Международную выставку-форум «Россия», которая стартовала 4 ноября 2023 г. и продолжит свою работу до 8 июля 2024 г. Данная выставка-форум является грандиозным по масштабам и по времени проектом, но подобные маркетинговые мероприятия необходимы для развития не только туризма, но и других отраслей и сфер деятельности.

Обсуждение

Считаем, что требования к формированию маркетинговой информации хозяйствующими субъектами, территориями и регионом должны включать следующее.

1. В связи с зависимостью туристической деятельности от покупательской способности, уровня дохода человека, при предоставлении маркетинговой информации, необходимо предусмотреть туристическую продукцию разных ценовых сегментов и альтернативность выбора у потребителя, а также проведение мониторинга и контроллинга за данными показателями.

2. Для целей эффективной реализации туристической продукции необходимо описание преимуществ организаций и примеры удовлетворения индивидуальных запросов и/или находчивость при решении возникающих нужд потребителей.

3. В связи со сложностью системы взаимоотношений между различными компонентами туристической деятельности необходимо краткое описание структуры взаимоотношений между туристической организацией и хозяйствующими субъектами вспомогательного и дополнительного характера [12]. К таким взаимоотношениям можно отнести заказ билетов на музыкальные фестивали, кинотеатры и т.д.; оказание оздоровительных услуг или врачебной помощи и т.д.; заказ такси и/или доставка продукции; предоставление или взаимодействие с организациями общественного питания; услуги с другими туристическими организациями, оказывающие отдельные направления туристической деятельности; другие мероприятия.

4. Необходимостью поддерживать связи со всеми участниками (дополнительными организациями и сопутствующими субъектами хозяйствования) туристической индустрии, а также с органами муниципальной и государственной власти.

5. Соответствие качества товаров и сервиса обслуживания в туристической индустрии требованиям потребителей и запросов клиентов, что детерминирует постоянное наблюдение за нуждами покупателей в целом и его отдельных субъектов в частности, во времени и пространстве.

6. Создание и развитие инфраструктуры разных типов организаций (предприятий) и предоставления данной информации в онлайн и офлайн форматах.

7. Раскрытие информации и/или виртуализация туристического продукта (товара или услуги).

Следует отметить, что ни одна организация не может самостоятельно контролировать весь процесс формирования и разработки территориального предложения туристического продукта – весь спектр туристической отрасли и сферы, сферы услуг других комплексов национальной экономики, сопутствующих отраслей, других нужд, потребностей и запросов покупателей и потребителей туристической продукции. Важно, чтобы организация, ответственная за территориальный маркетинг, формулировала и поощряла сети партнеров с участием основных участников, ответственных за различные области территориального предложения. Эти сети играют важную роль в реализации стратегии, поскольку позволяют привлекать местных жителей в сферу их интересов или значимости, облегчая взаимодействие и предоставление интегрированного и последовательного предложения. Каждая из этих сетей должна находиться в тесном взаимодействии с ДМО, чтобы разработать территориальное предложение относительно своей сферы деятельности [10]. Формирование маркетинговой информации муниципальных образований и регионов основано на следующем.

1. Для целей формирования имиджа территорий экономики Российской Федерации: маркетинговая информация и агитация детского туризма, научного туризма, культурно-познавательного туризма, событийного туризма, экологического туризма, паломничество и религиозный туризм, промышленного туризма и т.д. [3].

2. С целью формирования лояльности к территориям: повышение удовлетворенности / привлекательности территориального продукта; повышение воспринимаемого качества территориального продукта и формирование ожиданий потребителей; положительное отношение к территории и эмоциональная привязанность к территории у граждан и населения; намерение рекомендовать территорию потребителям, инвесторам, туристам и т.д. Одним из эффективных методов донесения маркетинговой информации является технология сторителлинга, как для организации, так и до муниципальных образований и/или региона в целом. Данная технология напоминает ораторское искусство Древнего мира и Средневековья, когда донесение информации происходит с помощью знаний, рассказов, историй, которые возбуждают у человека эмоции и чувства. Преимущество такого метода состоит в том, что информация не навязывается клиенту (консультантами, продавцами организации), а основывается на вызывании у слушателя определенных эмоций, а эмоции являются залогом того, что информацию запомнят [9].

3. Предоставление статистической, бухгалтерской и другой информации с помощью интересной и продуктивной визуализацией в онлайн и офлайн режимах. Также можно включить учет следующих индексов: нормативно-правовая база (политические нормы и предписания, экологическая устойчивость, охрана труда, здоровье и гигиена, определение приоритетов путешествий и туризма); деловая среда и инфраструктура (инфраструктура воздушного транспорта, инфраструктура наземного транспорта, туристическая инфраструктура, информационно-коммуникационная техническая инфраструктура, ценовая конкурентоспособность в индустрии информационных технологий); человеческие, культурные и природные ресурсы (человеческие ресурсы, склонность к путешествиям и туризму, природные ресурсы, культурные ресурсы) [11].

4. Для реализации программ национального и регионального масштаба – соблюдение нормативно-правовой базы, формирование конкурентоспособных хозяйствующих субъектов туристической деятельности в разных муниципалитетах региона и др. поддержка и кооперация в сфере (отрасли) туризма.

Все вышесказанное, на наш взгляд, позволит повысить эффективность предоставления маркетинговой информации, что объективно отразится на развитии туристической деятельности в Российской Федерации.

Заключение

Маркетинговая информация является основой осведомленности потребителей – российского общества и потребителей международного туристического рынка. Это объективно детерминирует предоставление маркетинговой информации в системном (комплексном) порядке – информацию о вспомогательных, основных и дополнительных организациях туристической индустрии, расположенных в муниципальных образованиях, которые впоследствии формируются в единый реестр региональных органов власти и фиксируются на государственном уровне, а также внешним покупателям туристической продукции индустрии туризма. Соответственно, маркетинговая информация хозяйствующих субъектов и субъектов экономики на современном этапе является одним из основных направлений развития туристической деятельности России.

Литература

1. Левченко К.К. Организационно-экономические аспекты развития въездного туризма и его влияние на экономику территории: на примере Краснодарского края: дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 // Сочи, 2017. – 160 с.
2. Петрова Г.В. Меры противодействия информационно-пропагандистским атакам Запада и вопросы применения конституционных основ государственной идеологии для безопасности СМИ // Международное сотрудничество евразийских государств: политика, экономика, право, 2018. – № 4. – С. 34-43.
3. Соцков В.В. Формирование и развитие туристских проектов как основа внутреннего туризма России: автореферат дис. ... Кандидатская Экономические науки: 08.00.05 // Санкт-Петербург, 2022. – 22 с.
4. Чернопольская Е.А. Статистика туризма. Настоящее, будущее // Экономический вестник Республики Татарстан, 2023. – № 2.
5. Официальный сайт информационного агентства «REGNUM» / Эксперт объяснила, переживет ли туристическая отрасль РФ жесткие санкции [Электронный ресурс]. URL: <https://regnum.ru/news/3528704>.
6. Официальный сайт информационного агентства России «ТАСС» / Послание Владимира Путина Федеральному собранию – 2024 / Путин заявил, что вклад туризма в ВВП РФ должен вырасти до 5% в год к 2030 году [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/20117639>.
7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики / Туризм [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>.
8. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики / Статистический бюллетень Росстата к всемирному дню туризма – 2023 [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm_2023.pdf.
9. Сторителлинг [Электронный ресурс]. URL: <https://etutorium.ru/blog/kak-ispolzovat-silu-istorij-na-vebinarakh>.
10. Correia R.F., Brito C.M. People: The Most Important Marketing Asset of Territories // Journal of Marketing Research and Case, 2020.
11. Daniel B. «EU Travel and Tourism Industry – A Cluster Analysis of Impact and Competitiveness» Global Economic Observer // «Nicolae Titulescu» University of Bucharest, Faculty of Economic Sciences; Institute for World Economy of the Romanian Academy, 2014.
12. Malania E. Marketing in tourism // European journal of economics and management sciences, 2021. – № 1. – P. 3-6.

УДК 681.518

С.А. Арефьева, Д.И. Ткаченко, С.С. Мартиросян

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ**

S.A. Aref'eva, D.I. Tkachenko, S.S. Martirosyan

**INFORMATION SYSTEMS OF EDUCATIONAL ORGANIZATIONS
IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS**

Ключевые слова: система образования, образовательные организации, учебный процесс, модернизация, функционально-стоимостной анализ, экономические системы, информационные технологии, дистанционное обучение.

Keywords: education system, educational organizations, educational process, modernization, functional-cost analysis, economic systems, information technology, distance learning.

Цель: рассмотреть информационные системы, широко применяемые в образовательных организациях высшего образования. Обсуждение: в статье проведен анализ и выявлены основные преимущества и недостатки каждой из них. Отмечается, что данные системы помогают оптимизировать процессы управления, поддерживать персонализированное обучение, улучшать коммуникацию и сотрудничество в учебном процессе, а также обеспечивать доступ к ценным данным для принятия обоснованных решений. Приведены результаты расчетов экономического эффекта внедрения данных систем и сроки окупаемости каждой. Результаты: рассмотренные информационные системы: IC Университет, Галактика ВУЗ и Moodle широко применяются при администрировании учебного процесса и реализации образовательных программ высшего и среднего профессионального образования, являются достаточно доступными для высших учебных заведений. При этом текущее состояние информационных систем характеризуется недостаточной стабильностью, производительностью, ограниченностью возможностей для пользователей и сложностями в интеграции с другими платформами.

Purpose: to consider information systems widely used in educational organizations of higher education. Discussion: the article analyzes and identifies the main advantages and disadvantages of each of them. It is noted that these systems help optimize management processes, support personalized learning, improve communication and collaboration in the educational process, and provide access to valuable data for making informed decisions. The results of calculations of the economic effect of introducing these systems and the payback period for each are presented. Results: the considered information systems: IC University, Galaxy University and Moodle are widely used in the administration of the educational process and the implementation of educational programs of higher and secondary vocational education, and are quite accessible to higher educational institutions. At the same time, the current state of information systems is characterized by insufficient stability, performance, limited capabilities for users and difficulties in integration with other platforms.

Электронный адрес: SAarefeva@fa.ru, DITkachenko@fa.ru, Sam.martirosyan.03@gmail.com

Введение

Согласно «Прогнозу долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» [8], разработанному Минэкономразвития России, необходимым условием для формирования инновационной экономики является модернизация системы образования. Современное образование сталкивается с рядом вызовов, которые влияют на необходимость совершенствования информационных систем образовательных учреждений. Эти вызовы включают в себя быстрое развитие технологий, потребность в индивидуализации обучения, необходимость обеспечения доступности и равенства образовательных возможностей, адаптацию к изменяющимся потребностям рынка труда, угрозу безопасности данных, ограничения финансовых ресурсов и глобализацию образования. Все эти факторы требуют обновления и совершенствования информационных систем, чтобы обеспечить соответствие современным требованиям образования и успешно справиться с вызовами будущего. Как в мировой практике, так и в российском образовании появилось огромное количество различных инструментов и сервисов. По функциональному назначению можно выделить следующие группы информационных технологий, используемых в образовании [3].

1. Управление учебным процессом: совокупность инструментов, помогающих в организации и управлении образовательным процессом.

2. Дистанционное обучение и электронные курсы – это использование информационных технологий для предоставления образовательных услуг в удаленном режиме, фактически у учащихся появляется доступ к образованию из любой точки мира через онлайн-курсы, вебинары, виртуальные классы, электронные библиотеки и базы знаний, а также другие источники из всемирной паутины.

3. Интерактивное обучение: этот аспект ИТ в образовательном процессе подразумевает использование технологий для формирования индивидуализированных и интерактивных материалов и заданий. Мультимедийные уроки, интерактивные задания, материал в виде флеш-игр, симуляции и иные формы обучения входят в информационные технологии интерактивного обучения, среди которых можно выделить специализированные группы: виртуальные классы и конференции, а также адаптивные образовательные платформы.

Следует отметить, что выбор технологии в образовательном процессе играет важную роль и в значительной степени определяет успешность освоения образовательной программы. Все большим спросом пользуются мобильные технологии. Приложения для мобильных устройств позволяют выполнять все те же функции, что и основные образовательные платформы, только адаптированные под мобильные устройства, что делает образование более доступным [5,6]. Внедрение информационных технологий заметно трансформирует традиционный образовательный процесс, что может повлечь за собой ряд новых требований. Возникающая проблема неэффективности информационных систем в образовательной организации проявляется в нескольких аспектах, затрагивающих различные системы в учебном процессе.

Методы

В настоящей работе был проведен анализ существующих информационных систем в трех региональных образовательных организациях (ВУЗ А, ВУЗ Б, ВУЗ В). В качестве методов исследования применялись абстрактно-логический и монографический методы.

Результаты

В системе управления учебным процессом достаточно часто возникают сложности с автоматизацией процессов отдельных элементов. Так, несмотря на то, что процесс составления расписаний автоматизирован практически во всех образовательных организациях, существующие системы не позволяют учитывать все особенности организации образовательного процесса. Недостаточно развиты и инструменты для мониторинга успеваемости студентов и обратной связи [12]. Системы электронного обучения страдают от неудобства использования и ограниченных возможностей взаимодействия между студентами и преподавателями. В системах управления учебными материалами и библиотечных системах часто наблюдаются проблемы с организацией ресурсов и доступом к материалам. Кроме того, системы управления персоналом и финансами часто страдают от неавтоматизированных процессов и ограниченных возможностей аналитики. Все эти проблемы в совокупности затрудняют эффективное функционирование образовательной организации и могут сказываться на качестве образовательного процесса и удовлетворенности участников этого процесса.

Совершенствование информационной системы в образовательной сфере сегодня крайне важно. Эти системы помогают оптимизировать процессы управления, поддерживать персонализированное обучение, улучшать коммуникацию и сотрудничество в учебном процессе, а также обеспечивать доступ к ценным данным для принятия обоснованных решений. Они способствуют не только повышению качества образования, но и развитию цифровых навыков, что особенно важно в современном мире [2]. Следует отметить, что текущее состояние информационных систем в исследуемых организациях характеризуется рядом общих проблем, описанных ниже. Долгая загрузка и обработка запросов: система страдает от значительных задержек при загрузке данных и обработке запросов пользователей, что замедляет рабочие процессы и увеличивает время ожидания пользователей.

Ошибки серверов: наблюдаются периодические сбои и ошибки серверов (табл. 1), что приводит к недоступности системы и потере данных. Увеличивается и время ожидания устранения неполадок, ошибки создают неудобства для пользователей и повышают риск потери важной информации [11].

Таблица 1

Данные по производительности серверов информационных систем управления ВУЗом за 6 месяцев

| Месяц | Среднее время отклика (сек) | Количество сбоев | Среднее время восстановления (часов) | Количество жалоб |
|---------|-----------------------------|------------------|--------------------------------------|------------------|
| ВУЗ А | | | | |
| Ноябрь | 1.6 | 3 | 4.0 | 5 |
| Декабрь | 1.5 | 2 | 3.5 | 4 |
| Январь | 1.4 | 1 | 3.0 | 3 |
| Февраль | 1.7 | 2 | 4.0 | 6 |
| Март | 1.6 | 2 | 3.5 | 4 |
| Апрель | 1.5 | 1 | 3.0 | 2 |
| ВУЗ Б | | | | |
| Ноябрь | 2.1 | 4 | 5.0 | 8 |
| Декабрь | 2.0 | 3 | 4.5 | 7 |
| Январь | 2.2 | 4 | 5.5 | 10 |
| Февраль | 2.0 | 3 | 4.0 | 7 |
| Март | 2.1 | 3 | 4.5 | 6 |
| Апрель | 2.0 | 2 | 4.0 | 5 |
| ВУЗ В | | | | |
| Ноябрь | 1.9 | 2 | 3.5 | 4 |
| Декабрь | 1.8 | 1 | 3.0 | 3 |
| Январь | 1.7 | 2 | 3.5 | 4 |
| Февраль | 1.8 | 2 | 3.0 | 3 |
| Март | 1.9 | 1 | 3.0 | 2 |
| Апрель | 1.7 | 1 | 2.5 | 2 |

Ограниченность возможностей для пользователей: интерфейс и функциональность системы ограничены, что ограничивает возможности пользователей в выполнении своих задач. Другими словами наблюдается недостаток гибкости и адаптивности системы под потребности конкретных пользователей. Результаты опроса пользователей систем приведен в табл. 2.

Таблица 2

Результаты опросов пользователей информационных систем

| ВУЗ | Удовлетворенные пользователи (%) | Основные причины неудовлетворенности | Частота обновлений (раз в год) | Время отклика поддержки (мин) | Пользователи, прошедшие обучение (%) |
|-------|----------------------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| ВУЗ А | 70 | Медленный интерфейс, частые сбои | 2 | 30 | 80 |
| ВУЗ Б | 65 | Сложный интерфейс, недостаточная поддержка | 1 | 45 | 75 |
| ВУЗ В | 60 | Нехватка функционала, медленные обновления | 1 | 40 | 70 |

Долгое время интеграции с другими платформами: Процесс интеграции установленных систем с другими платформами занимает слишком много времени из-за сложной структуры и ограниченных средств для интеграции, что затрудняет обмен данными и взаимодействие с другими информационными системами в образовательных организациях, по определенным вопросам требуется время от нескольких часов, до нескольких суток для передачи информации всем участникам образовательного процесса [9]. В табл. 3 приведены сравнительные характеристики информационных систем, применяемых образовательными организациями.

Таблица 3

Таблица сравнения ERP систем: 1С: Университет, Галактика и Moodle

| Параметр | 1С: Университет | Галактика | Moodle |
|--------------------------------|---|---|---|
| Назначение | Управление учебным процессом, финансы, кадры | Управление учебным процессом, финансы, кадры, логистика | Управление учебным процессом, дистанционное обучение |
| Количество модулей | 12 | 14 | 10 |
| Основные функции | Управление учебным процессом, учет успеваемости, финансы, кадры | Управление учебным процессом, логистика, финансы, кадры, складской учет | Управление курсами, создание контента, взаимодействие с учениками |
| Интеграция с другими системами | Да (Moodle, БРС) | Да (1С, MS Dynamics) | Да (1С, Галактика, Zoom) |
| Пользовательский интерфейс | Веб-интерфейс, мобильное приложение | Веб-интерфейс, мобильное приложение | Веб-интерфейс, мобильное приложение |
| Уровень поддержки | 24/7 | 8/5 | Сообщество, коммерческая поддержка доступна |
| Обратная связь пользователей | 4.5/5 | 4.3/5 | 4.7/5 |
| Простота использования | Средняя | Средняя | Высокая |
| Наличие открытого кода | Нет | Нет | Да |

В целом, текущее состояние информационных систем характеризуется недостаточной стабильностью, производительностью, ограниченностью возможностей для пользователей и сложностями в интеграции с другими платформами. Эти проблемы требуют внимания для улучшения ситуации [1,7]. Сотрудниками организаций отмечается недостаточный уровень подготовки для работы в соответствующих системах. Для выполнения поставленных задач необходимо полноценное обучение, которое может включать в себя обзор основных функций системы, тренинги по конкретным модулям и инструкции по решению типичных задач. В условиях выхода из страны различных иностранных программ и сервисов, вузам часто приходится оперативно подбирать альтернативные отечественные продукты. Это может быть вызвано как геополитическими обстоятельствами, так и стратегическими решениями университетов в целях обеспечения безопасности данных и надежности сервисов.

Обсуждение

В рамках обсуждения проблем, связанных с управлением образовательным процессом, важно отметить не только технические аспекты (выбор ERP системы и офисных пакетов), но и вопросы экономики учебного заведения (табл. 4).

Таблица 4

Функционально-стоимостной анализ информационных систем образовательных организаций

| Критерий | 1С Университет | Галактика ВУЗ | Moodle |
|---------------------------|---|--|--|
| Лицензионные затраты | 96,000 – 248,000 р. | От 150,000 р. | Бесплатное внедрение (открытый исходный код), от 50,000 р. облачная поддержка внедренной системы |
| Стоимость внедрения | Зависит от проекта, обычно несколько месяцев | От 6 до 12 месяцев | 50,000 – 100,000 р. |
| Обучение персонала | Включено в стоимость внедрения | 10,000 – 50,000 р. | Включено в стоимость внедрения |
| Поддержка и сопровождение | 69,600 – 80,000 р. в год | 50,000 – 100,000 р. в год | 20,000 – 60,000 р. в год (опционально) |
| Обновления и апгрейды | Включены в стоимость сопровождения | Включены в стоимость сопровождения | Бесплатно, возможны затраты на техническую поддержку |
| Преимущества | Широкие функциональные возможности, интеграция с другими системами 1С | Мощные инструменты управления, гибкость настройки | Гибкость, масштабируемость, поддержка сообщества |
| Недостатки | Высокая стоимость внедрения и сопровождения | Средняя стоимость внедрения, возможные затраты на обучение | Зависимость от внешней технической поддержки для сложных задач |
| Подходит для | Крупные вузы | Средние и крупные вузы | Образовательные учреждения любого размера |

Подбор подходящих отечественных продуктов включает в себя анализ требований учебного процесса и оперативное сравнение функциональности, экономических показателей (табл. 5), безопасности и доступности продуктов на рынке, что может включать в себя не только программное обеспечение для управления учебным процессом, но и инфраструктурные и защитные решения, такие как облачное хранилище данных, кибербезопасность. Решение в пользу отечественных продуктов может также способствовать поддержке и развитию внутренней индустрии информационных технологий, что в свою очередь может иметь положительный экономический и социальный эффект.

Таблица 5

Сводная таблица экономических показателей

| Метрика | 1С:Университет | Галактика ВУЗ | Moodle |
|------------------------------|----------------|-----------------|------------------------------------|
| ТСО (5 лет) | 7,250,000 р. | 10,500,000 р. | 4,500,000 р. |
| Экономический эффект (5 лет) | 10,000,000 р. | 12,000,000 руб. | 8,000,000 р. |
| ROI | 37.93% | 24.29% | 27.78% (при \$1,600,000 р./год) |
| Период окупаемости | 3.625 года | 4.375 года | 2.25 года (при \$1,600,000 р./год) |

Заключение

Рассмотренные информационные системы: 1С Университет, Галактика ВУЗ и Moodle широко применяются при администрировании учебного процесса и реализации образовательных программ высшего и среднего профессионального образования, являются достаточно доступными для высших учебных заведений. При этом текущее состояние информационных систем характеризуется недостаточной стабильностью, производительностью, ограниченностью возможностей для пользователей и сложностями в интеграции с другими платформами. Вместе с тем, информационные системы позволяют повысить качество образовательного процесса, повысить эффективность управления, скоординировать работу всех структурных подразделений.

Литература

1. Алексина С.Б. Трансформация бизнес-моделей в российском ритейле как ответ на изменения потребительского поведения // Практический маркетинг, 2024. – № 1. – С. 65-72.
2. Бондаренко В.А. Маркетинговое исследование восприятия сотрудниками вузов перспективных преобразований на рынках образовательных услуг / В.А. Бондаренко, М.А. Рыбалко, А.А. Воронов // Практический маркетинг, 2023. – № 9. – С. 24-31.
3. Гавриленкова И.В. Информационные технологии в естественнонаучном образовании и обучении. Практика, проблемы и перспективы профессиональной ориентации. – М.: КноРус, 2020. – 284 с.
4. Глаз В.Н. Специфические особенности функционирования рынка образования в обществе потребления / В.Н. Глаз, В.А. Беспалько // Практический маркетинг, 2023. – № 11. – С. 46-49.
5. Данченко Л.А. Исследование потребительского восприятия инструментов продвижения бизнес-образования в условиях цифровизации общества / Л.А. Данченко, С.В. Мхитарян, Е.Ю. Кулакова // Практический маркетинг, 2023. – № 8. – С. 3-11.
6. Кравец А.О. Роль маркетинговой деятельности в обеспечении качества и конкурентоспособности образовательных услуг в современном высшем образовании // Практический маркетинг, 2024. – № 3. – С. 27-33.
7. Кувшинов Р.А. Подход к формированию контент-стратегии бренда на основе концепции экосистемы знаний / Р.А. Кувшинов, Д.В. Соловьева // Практический маркетинг, 2023. – № 12. – С. 26-33.
8. Об утверждении перечня инициатив социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 года – Распоряжение Правительства РФ от 06.10.2021 N 2816-р (ред. от 04.05.2024).
9. Семибратский М.В. Маркетинговые особенности функционирования рынка услуг дополнительного профессионального образования в России / М.В. Семибратский, А.О. Кравец, И.А. Шумакова // Практический маркетинг, 2023. – № 5. – С. 11-16.
10. Шарапов Р.О. Метрика ландшафта некоммерческого маркетинга в российской науке // Практический маркетинг, 2024. – № 4. – С. 66-70.
11. Barnes S.B. Computer-Mediated Communication: Human-to-Human Communication across the Internet // Boston: Allyn and Bacon, 2002. – 347 p.
12. Professional Development of Future Physical Culture Teachers during Studying at Higher Educational Institutions / M. Nosko, O. Sahach, Yu. Nosko, G. Griban, O. Kuznietsova [et al.] // International Journal of Applied Exercise Physiology, 2020. – V. 9. – P. 44-55.

УДК 338.486; 339.138

А.С. Астахин, С.М. Осадчая, Ф.Ю. Абдужалилова

**ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ МАРКЕТИНГА
В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННЫХ ВИДОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

A.S. Astahin, S.M. Osadchaya, F.YU. Abduzhalilova

**INDUSTRY CHARACTERISTICS AND MARKETING OPPORTUNITIES
IN THE DEVELOPMENT OF MODERN TYPES OF ECONOMIC ACTIVITY**

Ключевые слова: туризм, туристическая деятельность, туристическая индустрия, маркетинговые процессы, маркетинговые инструменты, национальная экономика, национальные агрегаторы, цифровизация.

Keywords: tourism, tourism activities, tourism industry, marketing processes, marketing tools, national economy, national aggregators, digitalization.

Цель: изучить отраслевые особенности и возможности маркетинга в развитии современных видов экономической деятельности. Обсуждение: значимость туристической индустрии в национальной экономике в последнее время возрастает по ряду объективных причин и факторов, о чем свидетельствует существенные изменения в стратегии развития туристической деятельности территорий России, а также поставленные Президентом Российской Федерации целевые показатели развития туризма в размере 5% от валового внутреннего продукта, которые необходимо добиться к 2030 году. Результаты: для достижения запланированных результатов необходимо взаимодействие всех участников туристической индустрии и усиления роли маркетинга, как основы развития туризма в стране. Материалы научной статьи основаны на статистических данных из открытых публичных источников и информации из учебно-методической, научной литературы, которые с помощью методов, анализа и синтеза, сравнения и группировки позволили выявить и представить маркетинговые процессы и инструменты развития туризма хозяйствующих субъектов и территорий страны.

Purpose: to study industry characteristics and marketing opportunities in the development of modern types of economic activity. Discussion: the importance of the tourism industry in the national economy has recently been increasing for a number of objective reasons and factors, as evidenced by significant changes in the strategy for the development of tourism activities in Russian territories, as well as the target indicators for tourism development set by the President of the Russian Federation in the amount of 5% of gross domestic product that must be achieved by 2030. Results: to achieve the planned results, it is necessary to interact with all participants in the tourism industry and strengthen the role of marketing as the basis for the development of tourism in the country. The materials of the scientific article are based on statistical data from open public sources and information from educational, methodological, scientific literature, which, using methods, analysis and synthesis, comparison and grouping, made it possible to identify and present marketing processes and tools for the development of tourism of economic entities and territories of the country.

Электронный адрес: aastaxin@yandex.ru, osadchaya@bsu.edu.ru, abduzhalilova.f@mail.ru

Введение

Россия, являясь многонациональной и многоконфессиональной страной, имеющая самой большую протяженность в мире, имеет огромный потенциал для развития туристической деятельности. Введенные «недружественными» странами санкции в отношении России, коснулись и туристическую индустрию. Различные ограничения на автомобильные поездки, авиаперелеты на российских самолетах и т.д. снизили количество выездных российских туристских поездок в «недружественные» государства и параллельно увеличили количество въездных и внутренних туристских поездок. На совещании по вопросам развития туризма Президентом Российской Федерации было отмечено следующее «Важно, что для долгосрочного, уверенного, эффективного развития туристической сферы у России все есть. Это огромный исторический, культурный, природный, рекреационный потенциал. По разнообразию природно-климатических условий у нас, пожалуй, вообще нет конкурентов в мире» [8]. Также Путиным В.В. было отмечено, что санкции и ограничения со стороны властей некоторых стран вычеркнули эти государства из списка туристических направлений, привлекательных для российских граждан, что ведет к снижению их доходов и репутации, а туристическая индустрия России, наоборот наращивает свою привлекательность и приводит к развитию смежных отраслей [9]. Со стороны государственных органов власти уже сформировано множество инфраструктурных проектов по развитию регионов («транспортная и логистическая инфраструктура для жизни», «Пять морей и озеро Байкал», туристическая инфраструктура национальных парков и т.д.), а со стороны организаций туристической индустрии требуется совершенствование сервиса туризма территорий, что объективно детерминирует усиление их маркетинговой деятельности.

Методы

В статье использовались труды российских ученых в области развития туризма в целом и туристического маркетинга в частности, а также применялись официальные данные из открытых публичных источников. На основе анализа статистических данных сделан вывод о серьезных колебаниях выездных туристских поездок иностранных граждан и выездных туристских поездок россиян в зарубежные страны и увеличении валовой добавленной стоимости туристской индустрии. С помощью группировки и сводки данных представлены виды туризма с позиций туристского потребления и категории, раскрывающие существенные характеристики туристической индустрии, а также направления и задачи развития туристической индустрии России.

Результаты

Туризм является одной из наиболее важных и динамично развивающихся сфер деятельности организаций рынка туристической индустрии страны и его территорий, а также значимой статьей баланса российского валового внутреннего продукта. В табл. 1 представлены статистические данные туристической индустрии России за 2014-2023 гг.

1. Произошло увеличение доли валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации с 2305,2 млрд р. в 2014 году до 4304,7 млрд р. в 2023 году. Вместе с тем в процентном соотношении наблюдается реверсная ситуация: в 2014 году доля туризма составляла 3,4% от ВВП, в 2023 году данная доля составила всего 2,8%.

2. Наблюдаются серьезные колебания и в количестве въездных туристских поездок иностранных граждан и выездных туристских поездок россиян в зарубежные страны. По данным видам туризма наблюдается серьезный спад в период пандемии «COVID-19», которому, по нашему мнению, мешают восстановиться санкции и ограничения «недружественных» стран в отношении России и российских граждан в целом, а также дезинформация населения этих государств в отношении Российской Федерации.

Таблица 1

Статистические данные туристической индустрии России за 2014-2023 гг.
(фрагментарный срез составленный на основе [10,11]
без учета данных присоединенных в 2022 году субъектов)

| Показатели | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | 2022 г. | 2023 г. |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации (в текущих ценах, млрд р.) | 2305,2 | 2444,3 | 2610,5 | 2242,7 | 2490,8 | 2789,9 | 2324,9 | 3218,0 | 3710,0 | 4304,7 |
| Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации (в основных текущих ценах, %.) | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 2,7 | 2,7 | 2,8 | 2,4 | 2,6 | 2,6 | 2,8 |
| Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию, тыс. чел. | 25,438 | 26,852 | 24,571 | 24,390 | 24,551 | 24,419 | 6,359 | 7,080 | 8,243 | 8,21 |
| Число выездных туристских поездок России в зарубежные страны, тыс. чел. | 42,921 | 34,390 | 31,659 | 39,629 | 41,964 | 45,330 | 12,361 | 19,199 | 22,487 | 25,687 |

Более наглядно все вышесказанное можно установить при анализе статистических данных туристической индустрии России методом цепных постановок (табл. 2). Следует отметить, что Россия в мире занимает 31 позицию в рейтинге въездного мирового туризма в 2022 году, что подтверждено в ежегодном отчете Всемирной туристической организации. В табл. 3 представлен рейтинг въездного мирового туризма в 2022 году.

Таблица 2

Анализ статистических данных туристической индустрии России за 2014-2023 гг. методом цепных постановок

| Год | Показатель | | |
|----------------------|---|---|---|
| | Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации, % | Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию, % | Число выездных туристских поездок России в зарубежные страны, % |
| 2014 | - | - | - |
| 2015 | 106,03 | 105,56 | 80,12 |
| 2016 | 106,80 | 91,51 | 92,06 |
| 2017 | 85,91 | 99,26 | 125,18 |
| 2018 | 111,06 | 100,66 | 105,60 |
| 2019 | 112,01 | 99,46 | 108,02 |
| 2020 | 83,33 | 26,04 | 27,27 |
| 2021 | 138,41 | 111,34 | 155,32 |
| 2022 | 115,03 | 116,43 | 117,13 |
| 2023 | 116,03 | 99,60 | 114,23 |
| Отклонение 2023/2014 | 186,74 | 32,27 | 59,85 |

Таблица 3

Рейтинг въездного мирового туризма в 2022 году [12]

| Позиция | Страна | Въездной туризм, млн чел. |
|---------|--------------------|---------------------------|
| 1 | Франция | 117,1 |
| 2 | Польша | 88,5 |
| 3 | Мексика | 51,1 |
| 4 | США | 45 |
| 5 | Таиланд | 39,9 |
| | | |
| 31 | Россия | 6,4 |
| | | |
| 202 | Американское Самоа | 0,0009 |

Не вдаваясь в детальный анализ данного рейтинга отметим, что данные официального сайта информационного портала «Country Cassette» разнятся с данными Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации (табл. 1). В табл. 3 представлены данные въездного туризма России 2020 года, а если применить данные Росстата, то Россия находится на 26 месте рейтинга. Данные рейтинга не влияют серьезно на результаты количества въездных туристов, но вместе с тем, косвенно его могут использовать для негативного воздействия на мнения населения стран мира. На рис. 1 представлены направления и задачи развития туристической индустрии России. Донесение информации до потребителей и формирования

нужды в туристической потребности относится к маркетинговой парадигмы деятельности хозяйствующих субъектов и территорий страны. Именно маркетинговые исследования и маркетинговые мероприятия являются основой эффективного использования туристических ресурсов в пространственно-территориальном плане.

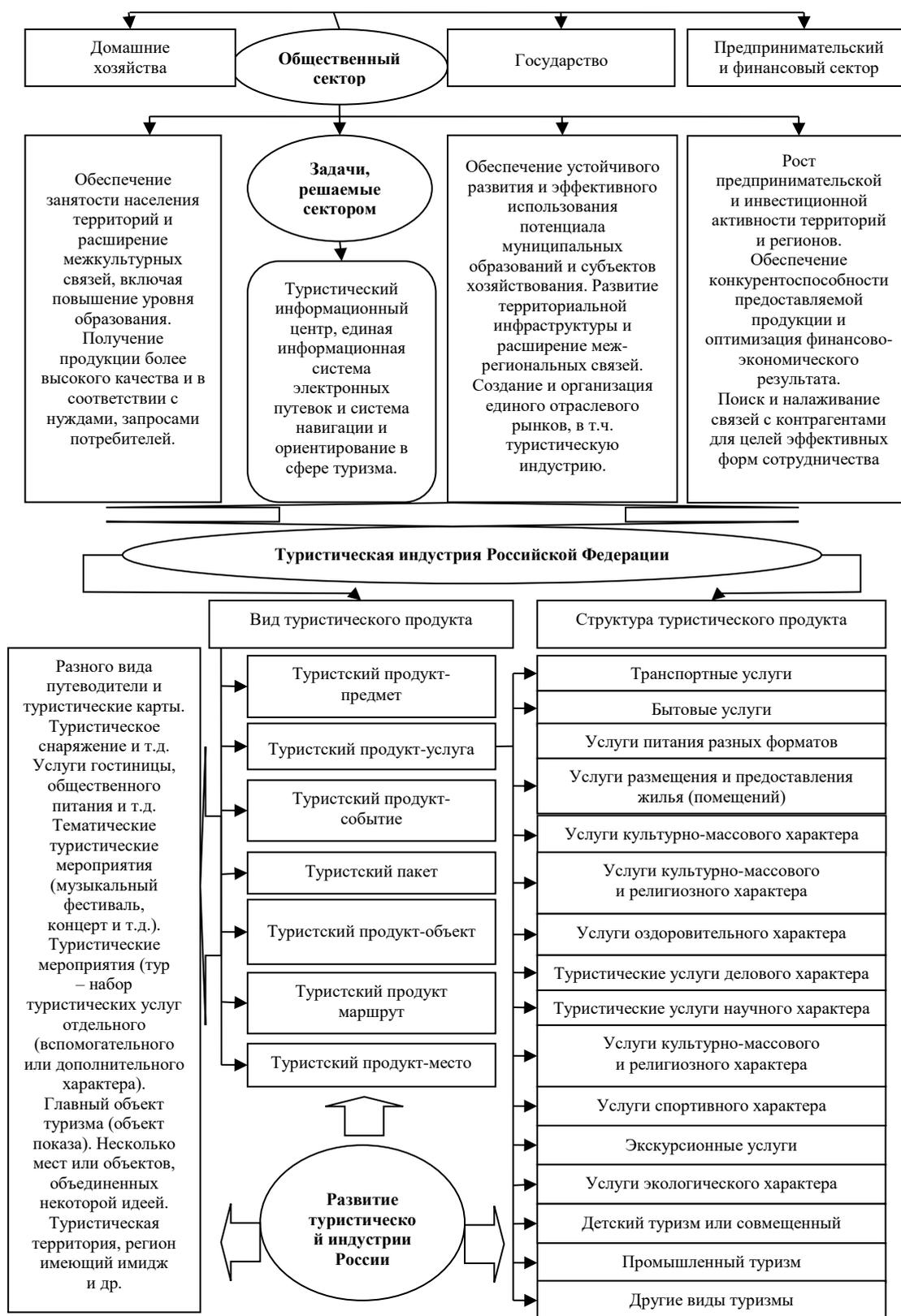


Рис. 1. Направления и задачи развития туристической индустрии России (систематизировано и дополнено авторами на основе [3,4,5])

По сфере распространения различают туризм международный и внутренний. Международный – туризм выездной или въездной. Туризм выездной – туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну. Туризм въездной – туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации.

Внутренний – туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации. Для России особую актуальность приобретает туризм внутри страны и въездной туризм, что требует формирования и развития не только качественного сервиса и туристического товара, но и совершенствования взаимодействия туристических организаций с субъектами хозяйствования смежных областей [7]. Разрабатываемые стратегии развития туристической индустрии, включают маркетинг мест отдыха, мероприятий проводимые на территориях региона различными субъектами хозяйствования и т.д.

Обсуждение

Индустрия туризма является одним из ярких примеров внедрения, развития и активного использования информационно-коммуникационных технологий в мировом пространстве. Можно бронировать билеты на разные виды транспорта и концерты, выбирать и оплачивать номер в гостинице (отеле) в любом городе по всему миру в любое время в месте. Причем все вышесказанное можно осуществлять при помощи мобильного устройства, с использованием электронных способов оплаты становится привычным для туристов любых возрастов с широким диапазоном уровня доходов [4]. На рис. 2 представлены маркетинговые процессы и инструменты в развитии туризма хозяйствующих субъектов и территорий.



Рис. 2. Маркетинговые процессы и инструменты в развитии туризма хозяйствующих субъектов и территорий (составлено авторами на основе [1,6])

Заключение

Использование маркетинговых инструментов для организации эффективного процесса деятельности в хозяйствующих субъектах является основой развития туристической индустрии. Не обладая какими-то территориальными преимуществами, достопримечательностями и/или ресурсами (природными, финансовыми и т.д.) можно формировать виртуальные туры и/или инструменты дополнительной реальности или устраивать гастрономические и другие подвиды туров, использовать технологии сторителлинга, «кешбеков» в регионах или применять другие маркетинговые компании совместно организациями туристической индустрии и муниципальными образования. Некоторые регионы и его территории могут усилить или воссоздать туры экологического характера и/или природных достопримечательностей. Также одним из перспективных направлений туризма является процесс цифровизации туристической индустрии и развития национальных агрегаторов по видам туристических услуг, товаров.

Литература

1. Левченко К.К. Организационно-экономические аспекты развития въездного туризма и его влияние на экономику территории: на примере Краснодарского края: дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Левченко К.К. – Сочи, 2017. – 160 с.
 2. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие / А.Ю. Штезель, В.В. Шалатов, М.А. Дубинина [и др.]. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 456 с.

3. Соцков В.В. Формирование и развитие туристских проектов как основа внутреннего туризма России: автореферат дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05 / Соцков В.В. – Санкт-Петербург, 2022. – 22 с.
4. Гончарова И.В. Маркетинг туризма: учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с.
5. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг: учебно-практическое пособие / Т.А. Тультаев; Международный консорциум «Электронный ун-т» [и др.]. – Москва: ЕАОИ, 2008. – 175 с.
6. Федорова Н.В., Данильченко Ю.В., Якимова Е.А. Совершенствование туристской отрасли в регионах РФ на основе разработки маркетинговой стратегии развития внутреннего туризма / Н.В. Федорова, Ю.В. Данильченко, Е.А. Якимова // Вестник Алтайской академии экономики и права, 2021. – № 11. – С. 318-325.
7. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации – Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 13.06.2023) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/.
8. Официальный сайт российского агентства международной информации «РИА Новости» Путин заявил об огромном потенциале России для развития туризма. – [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20230628/turizm-1880988369.html>.
9. Официальный сайт Президента России / Совещание Президента России по вопросам развития туризма. – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/71547>.
10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики / Туризм. – [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>.
11. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики / Статистический бюллетень Росстата к всемирному дню туризма 2023. – [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm_2023.pdf.
12. Официальный сайт информационного портала «Country Cassette» /World Tourism Rankings. – [Электронный ресурс]. URL: <https://countrycassette.com/world-tourism-rankings-by-country-2022/>.
13. Jasek P., Vrana L., Sperkova L., Smutny Z., Kobulsky M. Modeling and Application of Customer Lifetime Value in Online Retail // Informatics, 2018. – № 5.2.
14. Kumar V., Pansari A. National Culture, Economy, and Customer Lifetime Value: Assessing the Relative Impact of the Drivers of Customer Lifetime Value for a Global Retailer // Journal of International Marketing, 2016. – № 24. – P. 1-21.

УДК 339.138

А.С. Астахин, С.М. Осадчая, А.В. Рачина

**ВОПРОСЫ АКТУАЛЬНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ
ВУЗАМИ СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧНОГО МАРКЕТИНГА**

A.S. Astahin, S.M. Osadchaya, A.V. Rachina

**ISSUES OF THE RELEVANCE OF USE OF SOCIAL
AND ETHICAL MARKETING BY UNIVERSITIES**

Ключевые слова: социально-этичный маркетинг, образовательные учреждения, маркетинговая концепция, конкурентоспособность организации, рынок труда, миссия вуза, взаимодействие вузов, региональная экономика.

Keywords: social and ethical marketing, educational institutions, marketing concept, competitiveness of the organization, labor market, university mission, interaction between universities, regional economics.

Цель: уточнение актуальности применения концепции социально-экономического маркетинга в работе вузов в реализации ими ключевых миссий, на примере направления подготовки кадров. Обсуждение: в статье отмечается теоретический интерес и наличие практических шагов со стороны вузов в осуществлении социально-этичного маркетинга, наряду с проявившимся в РФ дефицитом кадров и сложностями привлечения школьников в получение образования и развитие карьерной траектории по значимым для экономики страны направлениям. Результаты: определена необходимость расширения вузами взаимодействия друг с другом в регионе на конгруэнтной реализации программ и социально-этичных маркетинговых стратегий, осуществляемых в интересах рынка образования и труда в регионе. От вузов это предполагает совместную работу со стейкхолдерами и активное сотрудничество с аудиторией обучающихся и инноваторов (учеников школ и СПО), которая будет лояльна к вузу и сможет выбрать формат развития карьерной траектории.

Purpose: to clarify the relevance of applying the concept of socio-economic marketing in the work of universities in the implementation of their key missions, using the example of personnel training. Discussion: the article notes the theoretical interest and the presence of practical steps on the part of universities in the implementation of social and ethical marketing, along with the shortage of personnel that has manifested itself in the Russian Federation and the difficulties of attracting schoolchildren to receive an education and develop a career path in areas that are significant for the country's economy. Results: the need was identified for universities to expand interaction with each other in the region on the congruent implementation of programs and social and ethical marketing strategies carried out in the interests of the education and labor market in the region. For universities, this requires joint work with stakeholders and active cooperation with an audience of students and innovators (school and vocational school students), who will be loyal to the university and will be able to choose the format for developing a career trajectory.

Электронный адрес: aastahin@yandex.ru, osadchaya@bsu.edu.ru, ovcharenko.a@mail.ru

Введение

В настоящее время вопросы применения социально-этичной маркетинговой концепции вузами остаются одними из наиболее приоритетных. Связано данное обстоятельство с тем, что от организации работы университетов, учитывающей интересы общества (прежде всего в лице рынка труда), а также интересы обучающихся, выбирающих определенную карьерную траекторию, зависят возможности в подготовке специалистов по необходимым для социально-экономической системы направлениям. Обеспеченность рынка труда необходимыми специалистами в современной ситуации, в которой именно кадровая составляющая обеспечивает рост конкурентоспособности организаций и экономики, в целом, за счет правильного использования остальных ресурсов, ставит перед университетами задачи приоритетного учета данной потребности с опорой на социально-этичные приоритеты, сочетающие фокусировку на собственных интересах функционирования, а также акцентировки на индивидах (потребителях) и социуме (представленном рынком труда, работодателями). Вышеприведенное, а именно связь в работе университетов с абитуриентами и обучающимися для восполнения необходимых кадров в социально-экономической системе по спектру направлений их подготовки и соответствующим компетенциям, представляется вполне очевидной, однако, сложившаяся ситуация, явно обозначенная властями РФ, позволяет констатировать, что в практическом плане далеко не все вопросы в указанной сфере решены. Так, Президент РФ В.В. Путин указал на нехватку специалистов по ряду направлений и подчеркнул «необходимость обеспечения кадрового суверенитета страны» [13]. Экспертное сообщество отмечает, что «российские предприятия испытывают острейшую нехватку кадров за последние 25 лет» [10,16]. Именно эти обстоятельства, на наш взгляд, актуализируют исследование возможностей применения концепции социально-экономического маркетинга в части работы вузов в реализации ими ключевых миссий, на примере направления подготовки кадров с учетом сложившейся в настоящее время ситуации.

Методы

В качестве методов мы используем поиск и сопоставление представленных в открытой печати точек зрения относительно понимания социально-этичного маркетинга вузов, их участия в осуществлении третьей миссии; анализе ситуации кадрового дефицита с опорой на мнения экспертов и официальную статистику, синтезе полученной информации и формулировании выводов.

Результаты

Говоря о социально-этичном маркетинге в работе вузов ряд специалистов, например, Афанасьева М., отождествляют его с формированием соответствующего имиджа учебного заведения и рассматривают его (имидж) в качестве инструмента привлечения абитуриентов [1]. При таком подходе, несмотря на декларацию социальной-этичности, в первую очередь, прослеживается тренд на учет вузом собственных интересов в работе с потенциальными обучающимися, абитуриентами. Максаев А. университет интерпретирует в качестве корпоративной организации, которая разрабатывает собственную стратегию и реализует ее, опираясь на социально-этичные установки в работе, проявляющиеся за счет учета интересов студентов, общественных организаций, компаний, фондов, управленцев в регионе и т.д. [6]. Он исходит из необходимости роста конкурентоспособности организации за счет глубокой ориентации на интересы этих заинтересованных сторон. Данный исследователь также подчеркивает, что имиджевая составляющая представляет собой один из ведущих элементов в

социально-этичной работе университета. Такой исследователь, как Шевченко Д. также подчеркивает ключевую роль в открытости, организации взаимодействия с целевыми аудиториями, публичности реализуемых мероприятий за счет использования цифровых ресурсов, социальных медиа и т.д. [8]. Щетинина Е. отмечает значение превентивного учета социально-экономических тенденций в региональной экономике для выработки решений по функционированию вузов на базе принятия концепции социально-этичного маркетинга, что предполагает модернизационные изменения в его работе [9]. Университеты сегодня уже демонстрируют, в той или иной степени, апробированные социально-этичные практики, которые проявляются в построении и управлении карьерой обучающихся, как например, программа НИУ ВШЭ «Социальный лифт» [12] или участия вузов и социальных институтов в эффективном трудоустройстве выпускников и развитии их карьерной траектории в практике Тюменского государственного нефтегазового университета [3]. Вместе с тем, несмотря на усилия, предпринимаемые вузами, ситуация на рынке труда и в системе подготовки кадров по актуальным для национальной экономики направлениям, остается напряженной, что также подчеркивается рядом специалистов [5].

Обсуждение

Традиционно, говоря о социально-этичной маркетинговой концепции в работе университета, принято выделять его нацеленность на подготовку востребованных кадров, необходимых для развития социально-экономической системы региона, содействия трудоустройству обучающихся и, в особенности, выпускников, а также развитию собственного кадрового потенциала для упрочнения возможностей передачи обучающимся актуальных знаний, навыков и умений, реализацию научно-исследовательских работ в интересах организаций и предприятий, локализованных в регионе. Такие установки выводят вопросы социально-этичного маркетинга вуза за пределы, в чистом виде, первой (образовательной) и второй (научно-исследовательской) миссий, демонстрируя участие в преобразующей, поддерживающей региональное развитие, так называемой, вовлеченной или третьей миссии [4]. В большинстве университетов страны демонстрируется, как раз, тенденция на приверженность третьей миссии и формализации ее наполнения в программе развития вуза, где она раскрывается через политики (включая кадровую и социальную) и реализуемые вузом проекты [2]. Несмотря на такие усилия вузов, как мы ранее отмечали, в РФ, по мнению экспертного сообщества, проявился кадровый дефицит, так, например, зам. Главы Минсельхоза РФ подчеркивает нехватку порядка 200 тыс. специалистов в сфере агропромышленного комплекса, эксперт от Head Hunter подчеркивает, что в РФ отсутствуют регионы с избытком рабочей силы, потенциальных сотрудников [14]. В Минпромторге недостаточность (в численном выражении) инженерных кадров оценили применительно к обрабатывающему сектору почти в 660 тыс. чел. [7]. Институт экономической политики им. Гайдара оценил дефицит рабочей силы в промышленности в размере 35% применительно к ситуации 2023 года [11]. Причем, такой дефицит кадров наблюдается при одновременном низком уровне безработицы за последние десятилетия (рис. 1).

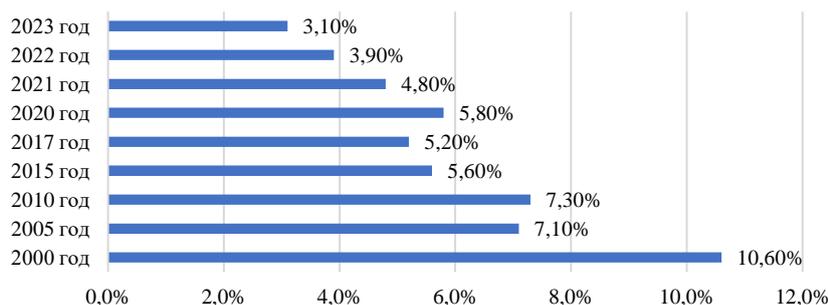


Рис. 1. Динамика безработицы в РФ в 2000–2023 гг., % [15]

При, как отмечено выше, рекордно низком уровне безработицы, есть сложности с привлечением молодых специалистов в критически важные для социально-экономической системы страны отрасли, как, например, топливно-энергетическая промышленность, где доля молодых специалистов не превышает 30% [5]. На этом фоне для университетов также прослеживается проблема привлечения абитуриентов на обучение инженерным специальностям, поскольку количество школьников, сдающих ЕГЭ по физике и профильной математике не увеличивается на протяжении ряда лет (рис. 2).

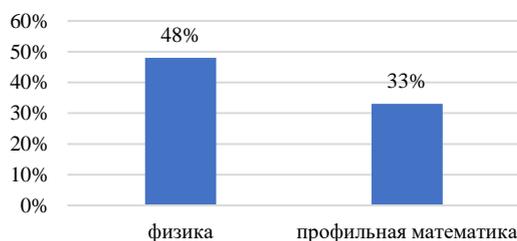


Рис. 2. Сокращение за последние 6 лет количества выпускников школ, сдающих ЕГЭ по физике и профильной математике, % [5]

Все приведенные данные в совокупности позволяют констатировать, что в текущей ситуации вузы, как индивидуальные единицы, разрозненные друг от друга социально-ответственные корпорации, реализуя социально-этичные практики, прописанные в формализованном виде в программах развития, отражающиеся в осуществлении вовлеченной – третьей миссии, где ставится задача учета потребностей обучающихся, компаний, управленцев, возможностей развития региона, не могут справиться с проявляющейся тенденцией на сохранение разрыва между запросами рынка труда (в частности, потребностями промышленности в кадрах для обеспечения технологического суверенитета), запросами потенциальных обучающихся (их искомой карьерной траекторией) и необходимостью собственного успешного функционирования.

В данном аспекте мы считаем, что социально-этичный маркетинг востребован применительно к вузам, их действительно целесообразно идентифицировать в качестве социально-ответственной корпорации, оказывающей образовательные, а также научно-исследовательские сервисы и влияющей на преобразования региональной экономики в формате осуществления третьей миссии университета. Востребованным является фокус на имиджевой составляющей, но это в большей степени способствует решению задач самого вуза (в первую очередь) в контакте с целевыми аудиториями, а не реальному удовлетворению интересов остальных участников, взаимодействующих с ним. Однако, ввиду накопленной массы проблем, связанных со сложностями, например, привлечения учащихся школ в продолжение карьерной траектории по значимому для экономики страны инженерному треку, связанных с этим сложностей по комплектации предприятий промышленного сектора молодыми компетентными сотрудниками, получается что вузам целесообразно усилить взаимодействие с другими участниками процесса подготовки кадров и развития социально-экономической системы региона, что вполне укладывается в установки социально-этического маркетинга, но требует как реальное расширение состава участников, так и применение данных концептуальных установок в комплексе, т.е. не одним вузом, а региональной системой высшего образования в тесной связи с уровнем СПО и школами, что предполагает поддержку региональных властей и участие предприятий и организаций в регионе. В идейном плане это означает конгруэнтность программы развития конкретного университета и его социально-этичной маркетинговой стратегии с такими программами и стратегиями других вузов в регионе, которые в комплексе учитывают глубокое взаимодействие со школами и СПО и активную работу с работодателями уже на этапе получения обучающимися школьного и среднего профессионального образования. От вузов это предполагает совместную работу с остальными стейкхолдерами и активное сотрудничество с отсроченной аудиторией обучающихся и инноваторов (учеников школ и СПО), которая будет лояльна к вузу и сможет выбрать формат развития карьерной траектории, ориентированное на интересы рынка труда в регионе с одновременным личным профессиональным успехом.

Заключение

Университеты в настоящее время реализуют масштабные задачи, связанные не только с вопросом подготовки кадров, в узком понимании данной функциональной сферы, а также осуществлением научно-исследовательских работ. Они выступают акторами преобразований в региональной социально-экономической системе, осуществляют третью миссию, что актуализирует их работу на основе концепции социально-этичного маркетинга, в рамках которой они выступают социально-ответственной корпорацией. В текущей практике университеты в формальном и неформальном аспектах участвуют в социально-этичной маркетинговой работе, как индивидуализированные единицы, делая акцент на собственном социально-этичном имидже и работе с абитуриентами. Вместе с тем, спектр проявившихся проблем, которые наиболее ярко иллюстрируются кадровым дефицитом, в особенности в промышленности, и нехваткой школьников, желающих сдавать ЕГЭ по дисциплинам, позволяющим получать образование в вузе по инженерным профилям, демонстрируют узость такого подхода в современной ситуации. Считаем, что вузам необходима активная работа с отсроченной целевой аудиторией (школьниками и учащимися СПО) на раннем цикле взаимодействия с ними, когда они еще не стали абитуриентами. Кроме того, ключевым представляется осуществление социально-этичных программ, маркетинговых социально-этичных стратегий вузов в формате, учитывающем интересы друг друга, как участников системы высшего образования в регионе, ориентированной на углубленное взаимодействие с рынком труда и обучающимися.

Литература

1. Афанасьева М.Ф. Перспективы применения принципов социально-этичного маркетинга в управлении имиджем высших учебных заведений // Научные труды Вольного экономического общества России, 2016. – № 4.
2. Балмасова Т.А. «Третья миссия» университета – новый вектор развития? // Высшее образование в России, 2016. – № 8-9.
3. Бараблина С.В., Мехришвили Л.Л. Социальная ответственность: роль высших учебных заведений // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика, 2012. – № 1.
4. Бондаренко В.А. Вопросы построения маркетинговой стратегии университета при реализации им "третьей миссии" / В.А. Бондаренко, М.А. Рыбалко // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии, 2022. – № 12. – С. 9-12.
5. Бондаренко В.А. Исследование причин и возможных направлений решения проблемы дефицита специалистов в энергетической отрасли России с привлечением HR-брендинга / В.А. Бондаренко, Т.С. Попова, А.А. Попов // Глобальная ядерная безопасность, 2023. – № 3. – С. 96-106.
6. Максаев А. Особенности реализации концепции социально-этичного маркетинга в современных образовательных организациях // Экономические науки, 2020. – № 4. – С. 140-143.
7. Маслова Е.В. Проблемы трудовых ресурсов: дефицит, сдвиги в структуре, парадоксы старения / Е.В. Маслова, О.А. Колесникова, И.В. Окольных // Социально-трудовые исследования, 2022. – № 2. – С. 42–55.
8. Шевченко Д.А. Сайт вуза: методика оценки // Социологические исследования, 2014. – № 5. – С. 143–152.
9. Щетинина Е.А., Хамдам М. Методологические аспекты корпоративного управления в условиях новой экономики // Фундаментальные исследования, 2018. – № 12-2. – С. 299-305.
10. Дембинская Н. «Уже некого набирать». Россия столкнулась с новой проблемой [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20230508/trudoustroystvo-1870029905.html>.
11. Институт Гайдара: 35% предприятий в России испытывают дефицит кадров [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/news/2023/05/18/975639-defitsit-kadrov>.
12. Проект НИУ ВШЭ «Социальный лифт» в 2024 г [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/wall-162789457_2193.
13. Путин заявил о важности обеспечить кадровый суверенитет России [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/society/495049-putin-zaavil-o-vaznosti-obespecit-kadrovyy-suverenitet-rossii>.
14. Россия столкнулась с новым кадровым дефицитом [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/news/2023/11/10/rossiya-stolknulas-s-novym-kadrovym-defitsitom/>.
15. Численность безработных. Данные Росстата [Электронный ресурс]. URL: http://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/trud_3_15-72.xlsx.
16. Musayeva Sh., Usmanov F. Development of marketing communications in consulting services // SAI, 2022. – № A8.
17. Sotvoldiyev E. Marketing communications in agriculture performance evaluation // Economy and society, 2024. – № 2-1.

УДК 332

*Е.В. Белякова, И.В. Лукьянов***ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ КАК ИНДИКАТОР
ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА***E. V. Belyakova, I. V. Lukyanov***TRANSPORT ACCESSIBILITY AS ONE OF THE INDICATORS
OF SPATIAL DEVELOPMENT**

Ключевые слова: пространственное развитие, территории, транспортная доступность, авиационная подвижность, население, социально-экономическое развитие, инфраструктура, регионы.

Keywords: spatial development, territories, transport accessibility, aviation mobility, population, socio-economic development, infrastructure, regions.

Цель: провести анализ северных территорий Красноярского края и на примере Эвенкийского муниципального района рассмотрен один из индикаторов транспортной доступности – авиационной подвижности населения с целью определения способа ее повышения в рамках пространственного развития региона. Обсуждение: для современной России одним из факторов сокращения высокого уровня межрегионального социально-экономического неравенства в рамках пространственного развития территорий является повышение транспортной доступности. Особое внимание уделено изучению структуры пассажиропотока и количеству совершенных перелетов. Рассмотрена необходимость транспортной связанности данной территории с центром экономического роста – Красноярском. В ходе научного исследования использовались общенаучные методы: системный подход, сравнительный анализ, методы группировки и обобщения. Результаты: предложен способ повышения транспортной доступности удаленных и труднодоступных территорий через разделение тарифов по категориям пассажиров, способствующих сокращению уровня межрегионального социально-экономического неравенства в рамках пространственного развития территорий.

Purpose: to analyze the northern territories of the Krasnoyarsk Territory and, using the example of the Evenki municipal district, consider one of the indicators of transport accessibility - aviation mobility of the population in order to determine a way to increase it within the framework of the spatial development of the region. Discussion: for modern Russia, one of the factors in reducing the high level of interregional socio-economic inequality within the framework of spatial development of territories is increasing transport accessibility. Particular attention is paid to studying the structure of passenger traffic and the number of flights made. The need for transport connectivity of this territory with the center of economic growth - Krasnoyarsk - is considered. During the scientific research, general scientific methods were used: a systematic approach, comparative analysis, grouping and generalization methods. Results: a method has been proposed to increase transport accessibility of remote and hard-to-reach territories through the division of tariffs by categories of passengers, helping to reduce the level of interregional socio-economic inequality within the framework of spatial development of territories.

Электронный адрес: beliakova@sibsau.ru, mmm.opex@yandex.ru

Введение

В настоящее время термин «пространственное развитие» все чаще употребляется в различных экономических, политических и социальных сферах жизни. Термин «Пространственное развитие» («spatial development») утвердился в Канаде, Европе, а затем в США к началу 70-х годов XX в., хотя употреблялся с начала 30-х годов (Округ Метрополии Торонто – Toronto Metropolitan Unit сформирован в 1934 году) [9]. Правительством РФ разработана «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года», направленная на совершенствование системы расселения и территориальной организации экономики, в том числе за счет проведения эффективной государственной политики регионального развития. Приоритетный сценарий стратегии предполагает снижение различий между субъектами Российской Федерации по основным социально-экономическим показателям [3]. Особое внимание уделяется вопросам ликвидации федеральных инфраструктурных ограничений и повышения доступности и качества транспортной инфраструктуры, что позволит обеспечить устойчивые транспортные связи между субъектами РФ. Следует отметить, что значительная часть территории Российской Федерации расположена в зоне с низкой и крайне низкой транспортной доступностью. В этой зоне находятся регионы Севера европейской части России, а также почти все регионы Сибирского и Дальневосточного федеральных округов [5]. Повышение уровня транспортной доступности для жителей России с ее обширными территориями, значительная часть которых является малоосвоенными, играет важную роль в пространственном развитии регионов. Эффективно функционирующий и доступный транспорт способствует созданию единого социально-экономического пространства путем обеспечения устойчивых связей между отдельно взятыми регионами страны и входящими в состав субъектов России населенными пунктами. Перед субъектами РФ стоит задача повышения качества и доступности транспортных услуг, что будет способствовать удовлетворению в полном объеме потребностей населения в перевозках, обеспечению устойчивой коммуникации различных населенных пунктов с региональным центром и ценовой доступности услуг транспорта, имеющих социальную значимость.

Методы

В ходе исследования использовались общенаучные методы, такие как системный подход, сравнительный анализ, методы группировки и обобщения. Информационную базу исследования составили нормативно-правовые акты РФ, научные труды отечественных ученых, Интернет-ресурсы (официальные сайты) по тематике работы.

Результаты

Транспортную доступность для населения можно определить, как возможность воспользоваться объектами транспортной инфраструктуры и услугами транспорта для различных групп населения [6]. Одним из показателей, отражающих основные параметры доступности и качества пассажирских перевозок, является транспортная подвижность населения [7]. Учет этого показателя позволяет разрабатывать мероприятия по улучшению транспортного обслуживания населения. Особенно это актуально для северных территорий РФ. В соответствии с Транспортной стратегией РФ до 2030 года авиационная подвижность населения, проживающих в удаленных и труднодоступных территориях РФ, на целых 40% ниже,

чем в среднем по России [4]. Вопрос повышения транспортной доступности особенно актуален и для Красноярского края с его огромными расстояниями, труднодоступностью значительной части северных территорий, неблагоприятными условиями для жизни и суровым климатом. Так называемый Красноярский Север занимает 90% территории края, где проживает около 14% населения (табл. 1) [11,12]. Для большинства таких территорий авиация является базальтернативным видом транспорта, т.к. железнодорожная и автодорожная сети слабо развиты (автотранспорт представлен либо зимниками, либо вообще отсутствует), а навигация на большинстве рек северных территорий, учитывая климатический фактор, не превышает пары месяцев в году. Соответственно, для данных территорий индикатором транспортной доступности выступает авиационная подвижность населения – показатель, характеризующий среднее количество авиaperелетов, совершаемых одним жителем страны. Определяется данный показатель как отношение числа пассажиров, отправленных из всех аэропортов страны, к общей численности населения.

Таблица 1

Характеристика территории Красноярского Севера*

| Территория | Площадь (тыс. км ²) | Население (тыс. чел.) | Плотность населения (чел./км ²) |
|---|---------------------------------|-----------------------|---|
| Красноярский край | 2 366,8 | 2 845,5 | 1,2 |
| Таймырский Долгано-Ненецкий муниципальный район | 879,93 | 30,1 | 0,03 |
| г. Норильск | 4,51 | 174,4 | 38,6 |
| Туруханский муниципальный район | 210,66 | 12,8 | 0,06 |
| Эвенкийский муниципальный район | 764,15 | 13,4 | 0,02 |
| Северо-Енисейский муниципальный район | 47,30 | 8,7 | 0,18 |
| Енисейский муниципальный район | 106,45 | 21,9 | 0,2 |
| г. Лесосибирск | 0,27 | 55,7 | 206,2 |
| г. Енисейск | 0,07 | 17,5 | 250 |
| Кежемский муниципальный район | 34,54 | 17,3 | 0,5 |
| Богучанский муниципальный район | 53,85 | 42,5 | 0,79 |
| Мотыгинский муниципальный район | 18,98 | 12,5 | 0,66 |

* составлено авторами по данным Федеральной службы государственной статистики [11,12]

Эвенкийский муниципальный район (далее – ЭМР) в составе Красноярского края является административно-территориальной единицей с особым статусом и относится к районам Крайнего Севера, характерной особенностью которого является его транспортная изолированность и удаленность от наиболее обжитых территорий региона. Общая численность населения ЭМР, включая коренных малочисленных народов севера (далее КМНС), составляет 13,4 тыс. чел. при плотности 0,02 чел. на км². Это сопоставимо с аналогичными территориями других стран. Например, плотность населения макрорегиона Северной Канады, куда входят территория Юкон, территория Нунавут и Северо-Западные территории, охватывающие наиболее малозаселенные и труднодоступные земли, составляет 0,03 чел. на км² [13]. По объективным причинам в ЭМР полностью отсутствуют круглогодично действующие традиционные наземные виды транспорта – автомобильный и, тем более, железнодорожный. Для обеспечения связанности района с сетью круглогодичных автомобильных дорог ежегодно устраивается большая сеть сезонных (зимних) дорог. Навигация по Нижней и Подкаменной Тунгускам осуществляется лишь несколько недель в году во время паводка. Сезонные виды транспорта (зимой – автозимники, летом – водный транспорт) имеют большое значение для обеспечения транспортной доступности территории и активно используются для доставки грузов с материка. Однако, единственным круглогодичным видом транспорта остается воздушный, который обеспечивает связь с логистическим центром и занимается доставкой продуктов питания, горюче-смазочных материалов и товаров народного потребления, обеспечивающих бесперебойную жизнедеятельность муниципального образования, а также поселков, в которых проживают в основном КМНС [1].

Низкая подвижность и покупательная способность населения ЭМР приводит к тому, что частота рейсов зачастую чрезвычайно низкая даже при относительно малой вместимости воздушных судов. В период с октября до мая ситуация, когда авиасообщение с Красноярском осуществляется лишь 2-3 раза в неделю, является абсолютно обычным явлением. Такое качество транспортного обслуживания со соответствующими климатическими особенностями территории, точечным характером расселения и крайне низкой плотностью населения ЭМР не могут являться социально приемлемыми и само по себе слабо совместимо с самим понятием транспортной доступности территории. В соответствии со Стратегией пространственного развития Красноярск является перспективным крупным центром экономического роста РФ, обеспечивающий вклад в экономический рост страны более 1% ежегодно и сложившимися условиями для формирования научно-образовательных центров мирового уровня [3]. Жители ЭМР рассматривают Красноярск, в первую очередь, как многофункциональный межрегиональный производственный, транспортно-логистический, деловой, культурно-спортивный, научно-образовательный и высокоэффективный медицинский центр. В связи с этим, авиационный транспорт играет важнейшую роль в социально-экономическом развитии ЭМР, обеспечивая его связь с Красноярском, а авиационная транспортная подвижность отражает уровень жизни населения данного муниципального образования. В настоящее время круглогодичное авиасообщение с г. Красноярском осуществляет авиакомпания «КрасАвиа», выполняя перевозки из наиболее экономически жизнеспособных и крупных населенных пунктов ЭМР с численностью более 3 тыс. чел.: п. Тура, с. Байкит и с. Ванавара на воздушных судах типа Ан-24/26, АTR-42 и АTR-72 [8]. Анализ авиационной подвижности населения ЭМР (рассматривалось исключительно прямое регулярное авиасообщение с Красноярском без учета внутренних вертолетных перевозок, обеспечивающих транспортную доступность внутри муниципального образования) на основе портрета пассажира АО «КрасАвиа» показал следующие результаты (табл. 2 и рис. 1):

- доля местных жителей, которые совершили перелет в 2022 году, составила 66,4% или 10 544 чел.;
- более 21% местных жителей ни разу не летали в 2022 году;
- доля пассажиров, которые совершили 3 и более перелетов в краевой центр, составила всего 19% от общей численности местного населения.

Авиационная подвижность для 100% населения ЭМР составила 1,82 поездки в год, при этом для 80% населения всего 0,9 поездки в год. Это объясняется высокой интенсивностью полетов 20% населения, которые летают в Красноярск в рабочих целях. Несмотря на то, что полученный показатель авиационной подвижности выше среднероссийского значения,

установленного в транспортной стратегии РФ в качестве целевого индикатора на 2024 год для консервативного и базового сценария, он в 3-4 раза ниже стран, где существуют аналогичные проблемы транспортного обслуживания удаленных и труднодоступных территорий. Например, в Королевстве Норвегия он составляет 4,2 поездки в год, а в Австралии – 3,3 поездки в год [6].

Таблица 2

Авиационная подвижность населения ЭМР в 2022 году

| Показатель | Количество | Число перелетов |
|--|------------|-----------------|
| Численность местного населения, чел. | 13 340 | - |
| Пассажиры всего, чел. | 15 879 | 37 942 |
| Пассажиры, проживающие в ЭМР, чел. | 10 544 | 24 288 |
| Активное местное население (3 и более перелетов), чел. | 2 553 | 14 247 |
| Неактивное местное население (0-2 перелета), чел. | 10 787 | 10 041 |
| Пассажиры, проживающие за пределами ЭМР, чел. | 5 335 | 13 654 |

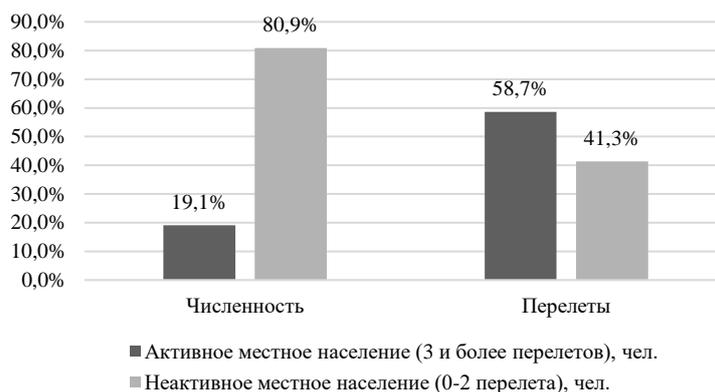


Рис. 1. Авиационная подвижность населения ЭМР в 2022 году

Таким образом, для обеспечения устойчивой коммуникации населенных пунктов с центром экономического роста необходимо продолжать работу по повышению авиационной подвижности труднодоступных и удаленных территорий. Стратегия пространственного развития предусматривает разработку и/или корректировку механизмов социально-экономического развития геостратегических территорий РФ посредством субсидирования организаций воздушного транспорта в целях обеспечения доступности воздушных перевозок пассажирам, проживающим в том числе в Арктической зоне РФ, куда входит и п. Тура – административный центр ЭМР. Основным инструментом повышения доступности транспортных услуг на территории Красноярского края является программа субсидирования пассажирских перевозок воздушным транспортом на местных авиалиниях, воздушным транспортом в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях (в том числе в ЭМР), которая направлена на компенсацию недополученных авиаперевозчиком доходов, что позволяет держать тарифы на доступном уровне [2]. На наш взгляд, действующая программа субсидирования, которая распространяется на большинство направлений внутри региона, недостаточно эффективна. В настоящее время рейс субсидируется целиком, независимо от принадлежности пассажира, а уровень тарифа для всех категорий граждан один и достаточно высок. Для повышения авиационной подвижности необходимо внести изменения в порядок субсидирования таким образом, чтобы субсидирование касалось только местных жителей, доля которых в общей структуре пассажиропотока составляет 66% и совершивших 64% от всех перелетов (рис. 2), установив для них свой «специальный» тариф, который будет гораздо ниже, чем для пассажиров, следующих в ЭМР по служебным и туристическим целям. Значительная часть пассажиров, проживающих на постоянной основе за пределами региона, характерна не только для ЭМР, но и для всего севера Красноярского края. Это обусловлено наличием муниципальных образований (Туруханский, Северо-Енисейский, Таймырский Долгано-Ненецкий район) в Красноярском крае, обеспечивающих вклад в экономический рост РФ более 0,2% ежегодно за счет специализации на добыче природного газа и нефти (Ванкорское, Куюмбинское, Юрубчено-Тохомское и др. месторождения), а также «большими стройками» и «эксклюзивным» отдыхом для туристов (рыбалки, сплавы) [10].

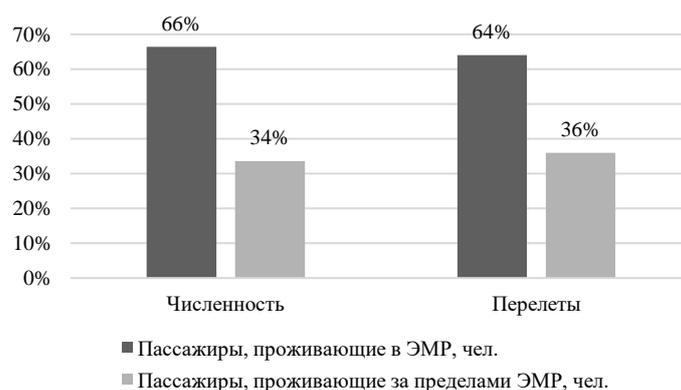


Рис. 2. Структура пассажиропотока ЭМР в 2022 году

Обсуждение

Авторы данного исследования предлагают вместо среднего тарифа, применяемого для всех категорий населения в настоящее время, разделить тарифы по категориям: более низкий и доступный тариф – для местного населения, а более высокий – для туристов и пассажиров, следующих исключительно в рабочих целях. Уровень тарифа для второй категории пассажиров менее критичен, чем для первой. На наш взгляд, реализация данного мероприятия позволит увеличить авиационную подвижность и, как следствие, транспортную доступность не только жителей ЭМР с центром экономического роста региона, но и в целом всех северных территорий Красноярского края.

Заключение

Повышение уровня транспортной доступности для жителей РФ с ее обширными территориями, значительная часть которых является малоосвоенными, играет ключевую роль в обеспечении устойчивого и сбалансированного пространственного развития регионов за счет сокращения межрегиональных различий в уровне и качестве жизни населения, а также ускорении темпов экономического роста и технологического развития. Проведенное исследование показало, что для ЭМР характерна низкая авиационная активность большей части местного населения: 81% совершает менее 3-ех перелетов в год, а 5-ая часть местных жителей вообще обходится без социально-экономических объектов, расположенных в Красноярске. Также необходимо отметить, что значительную часть в структуре пассажиропотока составляют жители других регионов. Новый подход к субсидированию авиaperевозок в Красноярском крае через разделение тарифов по категориям поспособствует решению проблем, отраженных в стратегии, в части усиления коммуникаций населенных пунктов, расположенных на территории исследуемого субъекта.

Литература

1. Об утверждении стратегии социально-экономического развития Красноярского края до 2030 года Постановление Правительства Красноярского края от 30.10.2018 № 647-п [Электронный ресурс]. URL: <http://www.krskstate.ru/docs/0/doc/52526>.
2. О внесении изменения в приказ министерства транспорта Красноярского края от 29.12.2022 № 83-91п «Об утверждении программы пассажирских перевозок воздушным транспортом на местных авиалиниях, воздушным транспортом в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, субсидируемых из краевого бюджета в 2023 году – Приказ министерства транспорта Красноярского края [Электронный ресурс]. URL: <http://mintrans.krskstate.ru/docs/0/doc/95662/>.
3. Об утверждении Стратегии пространственного развития до 2025 года – Распоряжение Правительства РФ от 13 февраля 2019 года № 207-р [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/35733/>.
4. Об утверждении транспортной стратегии Российской Федерации до 2030 года с прогнозом на период до 2035 года – Распоряжение Правительства РФ от 27 ноября 2021 г. № 3363-р [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/7enYF2uL5kFZIOOpQhLl0nUT91RjCbeR.pdf>.
5. Радченко Д.М., Пономарев Ю.Ю. Пространственное развитие транспортной инфраструктуры и степень ее влияния на совокупную факторную производительность в России [Электронный ресурс]. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3361023.
6. Строева Г.Н., Слободчикова Д.В. Обеспечение транспортной доступности населения как важное направления социально-экономического развития региона / Г.Н. Строева, Д.В. Слободчикова // Ученые заметки ТОГУ, 2016. – Т. 7. – № 4. – С. 673 – 67.
7. Шпак А.С. Оценка состояния транспортной доступности для населения регионов Дальневосточного федерального округа // Экономика и право, 2020. – С. 101-133.
8. КрасАвиа. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://krasavia.ru/o-kompanii/aviapark>.
9. Россия: принципы пространственного развития: Доклад [Электронный ресурс]. URL: http://www.glazychev.ru/projects/2004_ProstRazv/2004_DocladProstRazv_oglav.htm.
10. Справка о состоянии и перспективах использования минерально-сырьевой базы Красноярского края на 15.03.2021 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosnedra.gov.ru/data/Fast/Files/202104/0f2dc50fb3d9f97dddbd704acfd698a7.pdf>.
11. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва [Электронный ресурс]. URL: <https://24.rosstat.gov.ru/folder/27812>.
12. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/dbscripts/munst/munst04/DBInet.cgi>.
13. City population. Canada: Administrative and Census Division [Электронный ресурс]. URL: <https://www.citypopulation.de/en/canada/admin>.
14. Kansky K. Structure of Transportation Networks: Relationships between Network Geometry and Regional Characteristics // Chicago, Econometrica, 1963. – 42 p.

УДК 339.92

Ван Мэйлунь, А.А. Воронов

**АКТУАЛЬНЫЕ ВИДЫ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ,
ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОБЕСПЕЧЕНИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ,
И ПРОБЛЕМЫ ИХ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ**

Van Mejlun', A.A. Voronov

**CURRENT TYPES OF TRANSPORT AND LOGISTICS SERVICES
USED IN SUPPORTING THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES
OF THE RUSSIAN FEDERATION AND CHINA,
AND THE PRACTICAL APPLICATION ISSUES**

Ключевые слова: мультимодальные перевозки, железнодорожный транспорт, морские перевозки, перевозка грузов, автомобильный транспорт, логистические услуги, таможенные ограничения, товарооборот.

Keywords: multimodal transportation, railway transport, maritime transportation, freight transport, road transport, logistics services, customs restrictions, trade turnover.

Цель: осуществить детальное аналитическое исследование и сопутствующее описание существующих на международном рынке транспортно-логистических услуг, с обозначением выявленных рисков и предложением путей их практического решения. Обсуждение: в статье рассматривается значимость изучения транспортно-логистических услуг для внешней торговли и сотрудничества между странами. Представлен обзор литературы по данной теме, описаны основные проблемы и риски при использовании указанных услуг, и формулирование цели и задач исследования. Результаты: представлен анализ последних тенденций в развитии транспортно-логистических услуг между Россией и Китаем, фактические результаты их использования и интерпретация полученных данных. Обсуждаются ограничения исследования, обобщения результатов, а также предложения по улучшению предоставления услуг в контексте внешнеэкономической деятельности России и Китая.

Purpose: to conduct a detailed analytical study and provide a description of the existing transport and logistics services available on the international market, identifying risks and proposing practical solutions for their mitigation. The discussion focuses on the significance of studying transport and logistics services for foreign trade and cooperation between countries. It includes a literature review on the topic, description of main problems and risks associated with the use of these services, as well as the formulation of the research goal and objectives. The results present an analysis of the latest trends in the development of transport and logistics services between Russia and China, actual results of their utilization, and interpretation of the data obtained. The article discusses the limitations of the study, generalization of results, and suggestions for improving service provision in the context of the foreign economic activities of Russia and China.

Электронный адрес: xiaowang1130@gmail.com, voronov.a@mail.ru

Введение

Уникальное территориальное расположение России и Китайской Народной Республики (далее по тексту Китай), в частности сопряженность территорий, обусловленная наличием общей границы, ориентировочная протяженность которой превышает 4 тыс. км, подразумевает вполне естественное желание обеих сторон к установлению добрососедских отношений, в том числе развитие торговли, которая в свою очередь требует выстраивания адекватной системы транспортной логистики [3,6,7]. Именно по этой причине всестороннее изучение актуальных видов транспортно-логистических услуг, необходимо воспринимать как важнейшую задачу в сфере выстраивания прагматичных и взаимовыгодных отношений между двумя этими странами, поскольку без этого невозможно полноценно запустить процессы оптимизации уже существующих и будущих услуг во взаимосвязанных областях торговли и последующей доставки различных грузов, в том числе ресурсов и товаров широкого потребления [3,14]. В последнее время возникла острая необходимость внесения изменений в текущую повестку международных торговых отношений, главным образом за счет перехода к качественно иным логистическим схемам, при этом, оказавшись в новых условиях ведения бизнеса, российские предприниматели и представители госаппарата стали искать доступные пути выстраивания торговых отношений с зарубежными партнёрами, в частности возникла схема параллельного импорта, а также была осуществлена переориентация в вопросе поиска потенциальных зарубежных партнёров, и как логическое продолжение данного вектора развития, одним из приоритетных экономических партнёров выступил Китай, товарооборот с которым, и без того далекий от нулевых отметок, начал набирать обороты с каждым годом [6,8,13,16].

Вполне естественным видится возникший интерес к вопросу выстраивания новых логистических маршрутов и связанными с ними услугами со стороны многочисленных исследователей, в частности, достаточно подробно влияние последствий пандемии, связанной с коронавирусом, на существующие торговые пути, исследованы в работе К.Х. Зоинова и А.А. Медкова [4], в то время как Е.А. Личман [6], в своей работе, занимался исследованием аналогичных последствий уже непосредственно к логистическим услугам в системе Россия-Китай. В свою очередь Ф.В. Львов [7], в своём исследовании логистических услуг, сложившихся в сфере сотрудничества между Россией и Китаем, уделяет пристальное внимание вероятным перспективам дальнейшего развития данной области. Более пристальный взгляд к отдельным вопросам логистики, в частности специфике организации мультимодальных перевозок, можно обнаружить в совместной работе В.М. Самуйлова, В.С. Паршиной и К.Д. Серова [11], которые проводили своё исследование применительно к сфере торгового сотрудничества между Россией и Китаем. Кроме того, эту тематику не обходят стороной и китайские исследователи, в частности в работе Л. Сюя можно обнаружить исследование всевозможных факторов, ограничивающих потенциально возможное расширение Российско-Китайского сотрудничества [12], при этом в работах Ли Вэньго можно обнаружить достаточно подробный анализ, посвященный актуальным вопросам сотрудничества в сферах экономики и торговли между рассматриваемыми странами [17,18]. Вместе с этим необходимо заметить, что несмотря на достаточно обширный набор всевозможных

исследований, посвященных сфере логистических услуг, осуществляемых в международной научной среде, слишком мало и на них акцентируют своё внимание именно на тематике Российско-Китайского сотрудничества, что позволяет констатировать актуальность текущего исследования. Принимая во внимание большой потенциал в сфере Российско-Китайского внешнеэкономического сотрудничества, необходимо уделять пристальное внимание вероятным рискам и проблемам, связанным с предоставлением услуг в области транспортной логистики, поэтому целью текущего исследования следует обозначить детальный анализ и описание существующих на данный момент логистических услуг с обозначением выявленных рисков и предложением путей их практического решения.

Методы

Для проведения исследования, осуществляемого в рамках текущей статьи, использовался следующий ряд методов:

- анализ литературы и статистических данных, под которым подразумевается обширное аналитическое исследование научных и практических публикаций, в том числе статистической информации, находящихся в свободном доступе;
- экспертные интервью, под которыми подразумевается изучение мнений отдельных специалистов в исследуемой сфере для сбора информации о специфике межгосударственных логистических услуг, в т.ч. выявления актуальных проблем;
- сравнительный анализ, под которым подразумевается проведение сравнения между логическими услугами предоставляемыми различными компаниями обеих стран.

Все процессы исследования проводились кабинетным методом и опираются исключительно на ту информацию, которая находится в открытом доступе.

Результаты

Аналитическое исследование товарооборота между исследуемыми странами показывает, что объемы грузопотоков увеличиваются практически лавинообразно, при этом если еще 5 лет назад, в 2019 году, общая стоимость перевезённых грузов была равна около 10,5 трлн р., то уже по результатам 2023 года этот показатель вырос более чем в два раза и составил 22,8 трлн р., что позволяет констатировать соответствующий рост объемов оказанных транспортно-логистических услуг, при этом столь серьёзный рост объемов товарооборота стал своеобразным катализатором развития российской инфраструктуры, что выражается в реализации 22 транспортно-логистических проектов по всей территории страны, с общим объемом привлекаемых инвестиций свыше 4 трлн р. [3,8,17]. На текущий момент принято выделять следующий ряд наиболее востребованных на рынке видов транспортно-логистических услуг.

1. Морская логистика, под которой подразумевается перевозка грузов морским или речным транспортом с последующей выгрузкой в порту назначения, при этом постоянно возрастающий товарооборот стимулирует поставщиков и грузополучателей всё чаще прибегать к данному типу перевозок. Вместе с тем необходимо отметить определённую нестабильность данного вида транспортировки, в частности она находится в сильной зависимости от текущих погодных условий в порту прибытия, что особенно актуально для зимнего периода Российского климата, так например сильный зимний шторм во Владивостоке, который имел место зимой 2022-2023 гг., привел к тому, что многие суда стояли на внешнем рейде около месяца, что повлекло за собой не только нарушение выстроившихся ранее логистических цепочек, но и послужило переориентации грузополучателей в пользу работы с железными дорогами, обеспечив прирост логистических услуг на ж/д транспорте практически на треть от прежних объемов перевозок [4,11].

2. Железнодорожная логистика, под которой подразумевается перевозка грузов посредством использования ж/д транспорта, при этом уже существует практика формирования целых составов, состоящих полностью из платформ, приспособленных под контейнерные перевозки, в частности можно привести пример специализированного поезда «Сухэ-Москва», работа которого позволяет достаточно быстро доставлять грузы в обе стороны. В этой связи необходимо отметить, что ж/д перевозки являются бесспорным лидером в сфере выстраивания логистических схем на Российской территории, поскольку они позволяют не только осуществлять доставку грузов из тех городов, которые не имеют прямого выхода к морю и портовой инфраструктуре, но и заметно надежней и дешевле мультимодальных перевозок с использованием морского транспорта [7,8].

3. Авиатранспортная логистика, под которой подразумевается перевозка грузов с использованием грузовых самолетов, при этом несмотря на более высокую стоимость логистических маршрутов, построенных вокруг авиационной инфраструктуры, подобные грузоперевозки востребованы среди тех грузополучателей, которым необходима высокая скорость доставки, составляющая как правило не более нескольких дней, в том числе если перевозимые грузы относятся к категории скоропортящихся или особо ценных [4,11,14].

4. Автотранспортная логистика, под которой подразумевается перевозка грузов с использованием грузовых автомобилей различной грузоподъемности, при этом в международном торговом обороте России и Китая автомобили используются преимущественно только между городами, расположенными в относительной близости от государственных границ, поскольку стоимость доставки на дальние расстояния не может конкурировать с ж/д или морским транспортом [1,15].

5. Мультимодальная логистика, под которой подразумевается совмещенность доставки грузов от поставщика к получателю различными видами транспорта по схемам «море-ж/д» или «авто-море-авто» и т.д., при этом логистические маршруты выстраиваются и отслеживаются на всём пути одной логистической компанией, к которой обратился получатель или отправитель. Данный тип перевозок становится всё более популярным, поскольку зачастую обеспечивает оптимальное соблюдение сроков доставки [5,11].

Необходимо подчеркнуть, что сфера транспортно-логистических услуг не ограничивается банальным выбором способа доставки определённого груза конкретному получателю, поскольку к этим услугам также относится создание специализированных логистических центров и складов временного хранения, что позволяет не только осуществить оптимизацию всех сопутствующих процессов, но и приводит к снижению всевозможных издержек на транспортировку и повышению общей эффективности логистики [4]. Независимо от конкретной логистической компании, к услугам которой прибегают клиенты, все необходимые процессы работы по предоставлению услуги, как правило, выстраиваются по приблизительно похожему алгоритму [2,7]:

- потенциальный заказчик транспортной перевозки обращается в компанию любым удобным для него способом, либо лично приходит в офис компании, либо совершает телефонный звонок, при этом на этапе предварительной беседы представитель компании выясняет всю актуальную информацию в отношении груза, включая конкретный тип груза и географическую точку конечного назначения;
- затем вся собранная информация объединяется и подвергается анализу сотрудниками логистической компании, результатом чего является предложение о наиболее оптимальном способе доставки;

– представитель компании выясняет у клиента востребованность различных дополнительных услуг, включая охрану и сопровождение груза, при этом логистическая компания может взять на себя и таможенное оформление, а также некоторые другие услуги;

– после выяснения всех необходимых позиций доставки клиенту предлагают подписать договор, что служит сигналом к началу обработки груза, он передается транспортной компании, поступает на склад логистического центра, в случае необходимости упаковывается и маркируется в соответствии с действующими регламентами и т.д.;

– на заключительном этапе логистическая компания обращается в специализированный таможенный центр для оформления соответствующей документации, затем груз либо отправляется к адресу доставки, либо на склад компании для дальнейшей обработки.

В контексте преобладающих тенденций транспортно-логистической сферы, помимо указанного ранее роста объемов логистических услуг, следует выделить всеобщую цифровизацию нашего общества в планетарных масштабах, что в свою очередь приводит к развитию специализированных сервисов, в качестве примера которых можно привести электронные платформы предоставления логистических услуг и систем отслеживания грузов, использование которых позволяет осуществлять оперативный контроль всех грузовых потоков, в том числе со стороны клиента [14]. В качестве устойчивой тенденции также стоит выделить улучшение таможенных процедур и упрощение необходимых условий для пересечения границы транспортом с грузами, при этом в качестве примера можно привести недавние усилия ответственных лиц обеих стран по упрощению таможенных формальностей и внедрению системы оборота электронных документов, что позволяет ещё больше сократить издержки на хранение и обработку грузов [5,7]. В процессе проведения исследования был обнаружен целый комплекс вероятных рисков и потенциальных проблем, связанных со сферой предоставления транспортно-логистических услуг.

1. Таможенные ограничения и сложности оформления, что подразумевает чрезмерную строгость и нестабильность таможенных правил, которые своим существованием могут существенно замедлять процесс оформления грузов, а также приводить к недостаточной информированности участников логистических цепочек и увеличению затрат на исправление, допущенных в процессе оформления документации, ошибок. Например, длительные проверки на таможне могут привести к ощутимым задержкам в доставке грузов, что делает необходимым развитие прозрачной и надежной коммуникации между внешнеторговыми компаниями и таможенными органами, в том числе актуализирует использование современных технологии для автоматизации процессов таможенного оформления [2,11,14].

2. Недостаточность инфраструктурного развития, что подразумевает наличие проблем существующей транспортной инфраструктуры в некоторых регионах, а это в свою очередь приводит к ограничениям возможностей как производителей, так и экспортеров. К примеру, малая площадь или недостаточное количество складских помещений, равно как и неэффективные транспортные маршруты могут привести к повышенным затратам и ухудшению обслуживания клиентов, при этом очевидным решением этой проблемы может стать сотрудничество государства и частных компаний для долевого развития необходимой инфраструктуры и внедрения инновационных логистических решений [7,11].

3. Нестабильные цены на топливо и тарифы за транспортировку, что подразумевает достаточно заметное воздействие на все операционные затраты транспортных компаний и, как следствие, на стоимость логистических услуг для клиентов, при этом для снижения влияния подобных рисков необходимо активное использование современных инструментов аналитики и прогнозирования состояния рынка, в том числе заключение долгосрочных контрактов с поставщиками услуг, а также поиск энергоэффективных решений для снижения зависимости от цен на топливо [4,14].

В этой связи необходимо подчеркнуть, что невозможность полного устранения этих рисков связана с различными факторами, такими как: труднопредсказуемая политическая нестабильность, всевозможные катастрофы как техногенной, так и естественной природы, которые могут оказать влияние на функционирование уже существующих логистических цепочек [4,12]. Вместе с тем следует отметить, что решение данных проблем и снижение потенциальных рисков возможны при формировании правильной стратегии управления логистическими процессами, внедрении инновационных технологий и укреплении сотрудничества между действующими участниками логистической отрасли [15].

Обсуждение

В процессе проведения текущего исследования автором были обнаружены разнообразные ограничения, которые оказывают значительное влияние на полноценный анализ и обобщение полученных результатов. В качестве одного из таких ограничений можно обозначить недостаток актуальной информации о международных грузоперевозках, в частности практически невозможно в открытом доступе обнаружить точную информацию о грузовых авиаперевозках, включая данные о маршрутах, объемах перевозимых грузов и времени доставки [4,7]. Это может быть связано как с сохранением коммерческой тайны, так и с нежеланием отдельных ведомств или служб публиковать реальные данные о грузообороте между странами, однако нехватка такой информации может затруднить полное понимание транспортно-логистических процессов между Россией и Китаем. В качестве другого ограничения может выступать отсутствие полноценных экспертных оценок и рекомендаций специалистов в области логистики и транспорта, доступ к которым был бы открыт любому исследователю, что в свою очередь снижает объективность исследования и может ограничивать возможность выработки эффективных рекомендаций [6,8,12]. Вместе с тем определённые трудности могут возникнуть также в получении точной статистической информации о совершенных перевозках, действующих тарифах и текущей структуре рынка, тем самым создается высокая вероятность получения неточных данных, что конечно же может исказить полученные результаты исследования и затруднить объективный анализ ситуации, сложившейся на рынке. Отдельной ограничительной позицией следует выделить различия в действующих правовых базах России и Китая, касающиеся таможенного и транспортного законодательства, а также нормативно-правового регулирования логистических операций, включая нормативы перевозки опасных или спецгрузов, в том числе различия внутреннего законодательства этих стран о транспорте и логистике [10]. Эти различия создают сложности при сравнении данных, анализе и формулировании рекомендаций по совершенствованию сотрудничества в области транспорта и логистики.

Отдельно следует остановиться на практической невозможности получения точной статистической информации в области транспортно-логистических услуг, при этом если для внутренних рынков логистических услуг как России, так и Китая, такая информация отображается в общем доступе, можно найти преобладающие виды перевозок и выяснить наиболее востребованные логистические модели, к примеру достаточно легко удалось выяснить, что на внутреннем рынке России преобладающим видом транспортировки грузов выступают логистические схемы построенные вокруг железнодорожной инфраструктуры, в то время как на внутреннем рынке Китая преобладают логистические услуги построенные вокруг

автомобильного транспорта [5,7]. Однако в тех случаях, когда информация касается международного сотрудничества, можно обнаружить лишь обобщенные сведения, не позволяющие детализировать информацию по видам логистических услуг, типам грузов и видам перевозок, публикуются лишь отдельные отраслевые сведения о том сколько продукции импортировано, сколько экспортировано, скорее всего подобное положение дел связано с наличием следующего ряда факторов:

- недостаточная стандартизация правил отражения данных, что выражается в отсутствии единого для обеих стран стандарта и методологии сбора данных о перевозках и логистических операциях, тем самым возникает риск разночтений и появления ошибок при сборе, анализе и последующей интерпретации собранной статистической информации;
- специфические ограничения на доступ к определённой информации; при этом в основе подобных ограничений как правило лежит нежелание рыночных игроков публиковать подобные данные, поскольку обнародование таких сведений может привести к изменению текущего расклада сил между конкурирующими компаниями, а если речь идёт о соблюдении государственных интересов, то такая информация и вовсе может быть приравнена к гостайне;
- наличие фактических различий в методах сбора данных, что в конечном итоге не позволяет специалистам разных стран осуществлять адекватное сравнение и аналитическую обработку даже той информации, которая выходит в открытый доступ;
- отсутствие единого понятийного аппарата между странами, что подразумевает высокую вероятность описания одних и тех же процессов разными терминологическими понятиями, а это в свою очередь также приводит к рискам возникновения различных интерпретаций одних и тех же сведений.

Понимание этих факторов позволяет осознать сложность, с которыми сталкиваются исследователи и эксперты при работе со статистической информацией о транспортно-логистических услугах в том формате, в котором она существует на данный момент, при этом совершенно очевидно, что разработка единых стандартов и открытие доступа к максимально возможным объемам информации позволит установить более тесные отношения сотрудничества между Россией и Китаем [3,8]. Улучшение сбора, стандартизации и доступности данных может значительно повысить качество анализа и принятия решений в этой области. В результате изучения доступной информации и исследовании потенциальных рисков в сфере транспортной логистики, авторами текущего исследования был разработан следующий ряд практических рекомендаций, которые должны способствовать общему оздоровлению текущей ситуации.

1. В целях повышения эффективности таможенных процедур и облегчения быстрого пересечения границы, необходимо как более тесное сотрудничество таможенных служб обеих стран, так и повсеместное внедрение современных цифровых технологий, в том числе максимально возможная автоматизация всех процессов оформления документации, что в конечном итоге позволит сократить финансовые и временные затраты.

2. Важным шагом является развитие логистической инфраструктуры на границе, в частности создание новых логистических центров или расширение уже действующих, что будет способствовать как более эффективной обработке и хранению грузов, так и снижению временных задержек и операционных издержек.

3. Осуществление государственной поддержки мультимодальных перевозок, в частности разработка актуальной нормативной базы, что также играет значительную роль в оптимизации логистических цепочек и делает транспортировку грузов еще более экономически выгодной. Однако в условиях России препятствиями также являются недостаточность пропускной способности существующей транспортной системы и недостаточный уровень развития рынка терминально-складской логистики, в том числе очень низкий уровень применения цифровых сервисов и информационных технологий.

4. Необходимо пристально рассмотреть сложившуюся неравномерность развития транспортной инфраструктуры по Российской территории, а также проблему отсутствия синхронизации между отдельными инфраструктурными объектами для различных видов транспорта. В этом контексте создание единой платформы для взаимодействия участников транспортно-логистического рынка и разработка с последующим утверждением федерального закона о прямых и мультимодальных перевозках, предусматривающего формирование правовых основ осуществления перевозок разными видами транспорта по единому перевозочному документу, являются важными шагами в этом направлении.

5. Обучение и регулярное повышение квалификации специалистов в области логистики и транспорта, а также регулярный мониторинг и анализ сложившихся в текущий момент ситуации на рынке транспортно-логистических услуг, являются критически важными для повышения профессионализма и качества обслуживания в данной области, в том числе для улучшения партнерства между двумя странами.

Представляется, что практическое применение предложенных рекомендаций поможет улучшить использование транспортно-логистических услуг в сфере международной торговли между Россией и Китаем, а также сделает сотрудничество более продуктивным.

Заключение

В рамках осуществлённого исследования было проведено аналитическое исследование современных форм оказания транспортно-логистических услуг, применяемых в ходе внешнеэкономической деятельности между Россией и Китаем, при этом были рассмотрены как тенденции развития рынка услуг, так основные риски характерные для данной сферы деятельности. По ходу обсуждения полученных результатов основной акцент сделан на существующих ограничениях в получении необходимой информации. Полученные выводы подчеркивают высокое значение эффективности использования транспортно-логистического обслуживания для стимулирования внешней торговли между двумя странами, в частности они указывают на необходимость непрерывной оптимизации и совершенствования этой сферы с целью повышения конкурентоспособности на мировой арене. Для дальнейшего улучшения применения услуг в области транспортной-логистически необходимо проведение более глубоких исследований с целью выявления специфических проблем и потенциальных рисков, разработки новых стратегий и моделей сотрудничества в данной сфере, поскольку расширение теоретической базы и практических рекомендаций даст возможность улучшить качество и эффективность предоставления услуг подобного.

Литература

1. Абубакирова Д.Б. Инициатива «Один пояс-один путь» как новый импульс развития региона Центральной Азии // Постсоветские исследования, 2022. – Т. 5. – № 1. – С. 73-89.
2. Динец Д.А. Риски интеграции Транссибирской и Байкало-Амурской магистралей в международные транспортные коридоры Евразии // Российско-китайские исследования, 2020. – Т. 4. – № 1. – С. 53-63.
3. Жилиев Д.В., Лагвилава В.А., Мигел А.А. Российско-китайские торговые и инвестиционные отношения: результаты, сложности, перспективы // Вектор экономики, 2023. – № 8. – С. 86.

4. Зойдов К.Х., Медков А.А. Влияние пандемии коронавируса COVID-19 и мероприятий по борьбе с ней на функционирование торговых путей // Проблемы рыночной экономики, 2020. – № 2. – С. 48-60.
5. Киреева Д.Д. Россия в системе международных транспортных коридоров: угрозы экономической безопасности и национальные транспортные интересы // XXXV международные Плехановские чтения: Сборник статей участников. В 4-х томах, Москва, 22–24 марта 2022 года. Том 3. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2022. – С. 305-310.
6. Личман Е.А. Россия-Китай: анализ состояния рынка транспортно-логистических услуг в постпандемическом периоде // Научные труды северо-западного института управления РАНХиГС Учредители: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. – 2021. – Т. 12. – № 4. – С. 193-197.
7. Львов Ф.В. Перспективы развития транспортной логистики Россия-Китай // Логистика-евразийский мост, 2020. – С. 359-362.
8. Подберезкина О.А., Сазонов С.Л. Российско-Китайское сотрудничество в области транспорта и логистики. В новых геополитических условиях в 2022-2023 гг. // Обозреватель – Observer, 2023. – № 3.
9. Полещенко Д.В., Слободяник В.В. Российско-китайские внешнеторговые отношения в условиях санкций // Российский внешнеэкономический вестник, 2022. – № 3. – С. 94-112.
10. Рахимов А.Р. Международный транспортный коридор "Европа – Западный Китай", как основа развития транспортной системы страны // Вестник экономики, права и социологии, 2019. – Т. 2. – № 3. – С. 139-143.
11. Самуйлов В.М., Паршина В.С., Серов К.Д. Особенности логистической организации мультимодальных перевозок Россия-Китай // Инновационный транспорт, 2020. – № 1. – С. 18-23.
12. Сюй Л. Ограничивающие факторы в развитии китайско-российских отношений // ББК 72.4 Ц 75. – 2023.
13. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года с прогнозом на период до 2035 г., утв. назначениями Российской Федерации от 27 ноября 2021 г. № 3363-р.
14. Чудеснова М.В., Шепелин Г.И. Организация мультимодальных перевозок на основе сообщения Россия-Китай // Символ науки, 2021. – № 6. – С. 40-44.
15. Щенникова И.Е.А. Общая характеристика инфраструктуры китайско-Российской логистики // Проблемы и перспективы развития России: молодежный взгляд в будущее: сборник научных статей 2-й Всероссийской научной конференции, Курск, 17–18 октября 2019 года / Юго-Западный государственный университет, Московский политехнический университет, Рязанский государственный аграрно-технологический университет имени П.А. Костычева. Т. 2. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. – С. 300-304.
16. 静雅 江 高水平对外开放路径与政策研究 JSSCL2021B033. – 2022.
17. 李文国, 李文国. “一带一路” 框架下的中俄区域经贸合作优化研究 // Россия-Китай: диалог в условиях глобализации= 俄罗斯-中国 : 全球化条件下的对话. – 2019. – С. 97-100.
18. 李文国, 李文国. “一带一路” 视阈下中国东北与俄罗斯区域经贸合作问题再分析. – 2021.

РАЗВИТИЕ МОДЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ
ЛОГИСТИКИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ

V.N. Vasilyev

DEVELOPMENT OF MODELS FOR ORGANISING
MARKETPLACE LOGISTICS

Ключевые слова: логистика, маркетплейс, электронная торговля, логистические услуги, каналы сбыта, торговые операции, транспортно-складские системы, цифровизация.

Keywords: logistics, marketplace, e-commerce, logistics services, distribution channels, trade operations, transport and warehouse systems, digitalization.

Цель: определить оптимальную модель логистического обслуживания, изучить виды логистических услуг и условия их предоставления продавцам. Обсуждение: на рынке электронной розничной торговли доминирующей силой становятся маркетплейсы, которые привлекают большое количество покупателей и продавцов. Расширение ассортимента, увеличение числа заказов и ускорение доставки стимулируют развитие логистической поддержки торговых операций. В статье рассматриваются проблемные аспекты развития логистики маркетплейсов, актуальные модели организации логистического обеспечения и направления их развития. Результаты: исследование показывает, что развитие логистики маркетплейсов связано с поиском эффективных моделей организации товародвижения, технологий управления запасами и транспортно-складскими системами, выбором схем доставки и оказания сопутствующих логистических услуг. Используя лучший опыт, российские маркетплейсы расширяют форматы и сервисы взаимодействия с продавцами и развивают собственную логистику как отдельное товарное предложение.

Purpose: to determine the optimal model of logistics services, to study the types of logistics services and the conditions for their provision to sellers. Discussion: Marketplaces are becoming the dominant force in the e-retail market, attracting a large number of buyers and sellers. Expanding the range, increasing the number of orders and speeding up delivery stimulate the development of logistics support for trade operations. The article discusses problematic aspects of the development of marketplace logistics, current models for organizing logistics support and directions for their development. Results: the study shows that the development of marketplace logistics is associated with the search for effective models for organizing product distribution, technologies for inventory management and transport and warehouse systems, the choice of delivery schemes and the provision of related logistics services. Using the best experience, Russian marketplaces are expanding formats and services for interaction with sellers and developing their own logistics as a separate product offering.

Электронный адрес: company.unjon2013@gmail.com

Введение

Стремительное развитие маркетплейсов, необходимость управления широким ассортиментом запасов и координации взаимодействия множества участников, необходимость сокращения цикла выполнения заказов одновременно повышают уровень требований продавцов и покупателей к логистической поддержке и усложняют организацию товародвижения. Развитие интернет-торговли обуславливает ряд изменений в логистике [8]:

- расширение каналов сбыта приводит к изменениям в организации доставки; транспортная составляющая выступает интегратором сбытовых каналов, обеспечивая выполнение требований по срокам и месту доставки;
- организация доставки и распределения запасов осуществляется различными способами с участием продавцов, площадок и логистических провайдеров;
- особое значение имеют цифровые технологии и организация информационного сопровождения;
- на показатели сервисной и экономической эффективности оказывает влияние состояние логистической инфраструктуры.

Изменению роли логистики в системе электронной розничной торговли и формированию трендов ее эволюции уделяется особое внимание в отечественных и зарубежных научных работах [2,3,11,12,14]. На маркетплейсах продавцы ожидают высокий уровень сервиса, оперативный и легкий способ взаимодействия с клиентами. При этом поставщики формируют многоканальную систему продаж, интегрируя работу в онлайн и оффлайн среде. Для маркетплейса важно обеспечить быстрый и легкий доступ продавцов на площадку, и решение этой задачи непосредственным образом связано с используемыми маркетплейсами логистическими моделями. Появление новых моделей, таких как омниканальные продажи, также приводит к новым изменениям в построении распределительных сетей и управлении запасами [13]. В зависимости от характера организации логистики и ее связи с электронной площадкой выделяются две логистические модели: платформенная логистика, реализуемая маркетплейсом, и сторонняя логистика, реализуемая логистическим провайдером (3PL-логистика). Уровень сервиса между платформенной логистикой и 3PL-логистикой может быть разным. К примеру, в Китае JD Logistics обеспечивает более высокое качество обслуживания, чем 3PL-провайдеры [10]. Научный и практический интерес представляет решение проблемы сочетания различных форматов продаж и стратегий логистического обслуживания на рынке электронной торговли.

Методы

Исследование выполнено с использованием методов теоретического анализа и синтеза результатов научных положений в сфере логистического менеджмента и экономики электронной торговли. Обобщены и систематизированы данные, представленные в научных работах и аналитических материалах исследовательских агентств и публичных компаний.

Результаты

Российский рынок электронной розничной торговли и доставки интернет-заказов характеризуется существенным ростом маркетплейсов и их рыночной доли. По оценкам Data Insight, Почта России и СДЭК обслуживают поток более 100 млн заказов в год, такой же объем в месяц обеспечивают Wildberries и Ozon [4]. В декабре 2022 г. два крупнейших маркетплейса выполнили 265 млн заказов, в декабре 2023 г. число заказов увеличилось на 80% и составило 477 млн. Прирост

числа заказов для остального рынка составил лишь 19%. К концу 2023 года 81% всех онлайн-заказов составляли заказы на Wildberries и Ozon [5]. Динамика показателей бизнес-демографии в сфере оптовой и розничной торговли, транспорта и хранения косвенно подтверждает изменения, наблюдаемые в торговой логистике:

– число активных предприятий в сфере оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспорта и мотоциклов за период 2019-2023 гг. сократилось на 26,5% (рис. 1), количество растущих предприятий достигло минимума в 2021 году, однако возобновление положительного тренда в 2022 году сопровождалось увеличением числа угасающих компаний;

– несколько иная ситуация наблюдается в сфере хранения и транспорта (рис. 2). В 2023 году на 2,7% увеличилось число активных предприятий после четырехлетнего снижения [9].

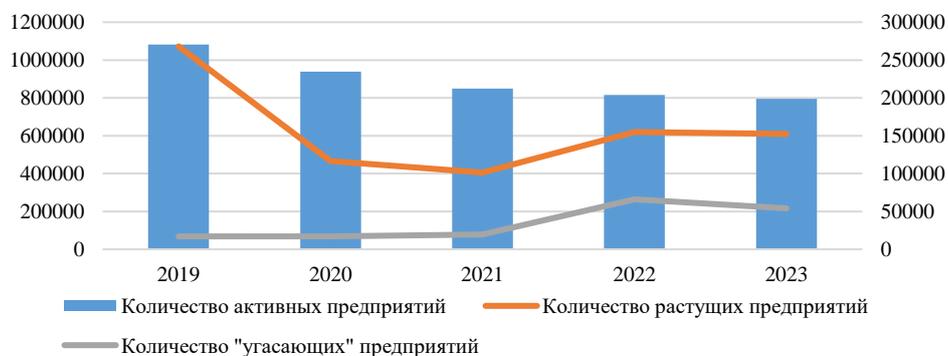


Рис. 1. Динамика показателей бизнес-демографии в сфере торговли, ремонта автотранспорта и мотоциклов за период 2019-2023 гг. (составлено автором по данным Росстата)

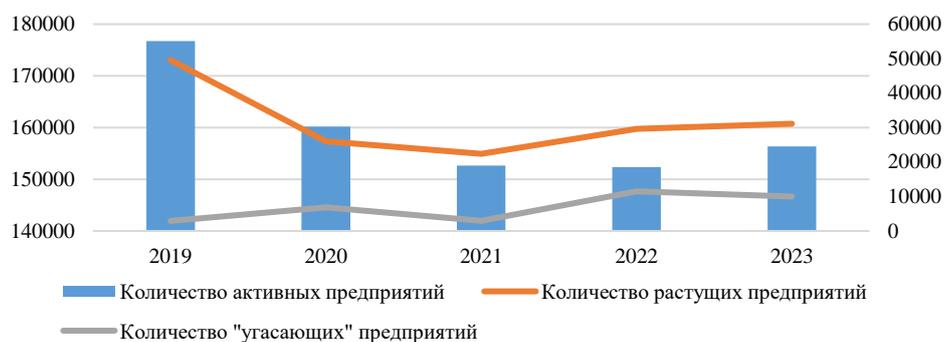


Рис. 2. Динамика показателей бизнес-демографии в сфере хранения и транспорта за период 2019-2023 гг. (составлено автором по данным Росстата)

Приведенные данные свидетельствуют об активизации рынка в части оказания складских и транспортных услуг. Причиной развития логистической инфраструктуры является рост спроса на складские площади. Основным заказчиками выступают участники электронной торговли. За 9 месяцев 2023 года в структуре спроса на склады 51% приходится на онлайн-торговлю, 15% – на розничную торговлю, транспорт и логистика имеют долю 12% общего спроса [4]. Структура спроса определяет его характер, наблюдается увеличение потребности в объектах с большими объемами вертикального хранения. Складские центры, используемые в цепях поставок электронной торговли, должны обеспечивать непрерывное движение товарного потока при поддержании минимальных значений запасов. Увеличение числа заказов при одновременном сокращении их стоимости требует организации сортировки и отгрузки мелких заказов. Склады в системе электронной торговли, отличаются масштабом по сравнению с традиционными распределительными центрами. Для них характерно большее количество мест хранения (в 200 раз больше), складских позиций (в 15 раз больше), числа ежедневных заказов (в 10 раз больше) и записей инвентарных данных (в 2000 раз больше) [15]. Организация переработки таких объемов с учетом времени и места обуславливает формирование единой распределительной системы, объединяющей распределительные центры, городские склады и пункты выдачи заказов. Помимо этого, изменениям в способах построения систем распределения и управления запасами и доставкой способствует появление новых моделей продаж. Рост потребности в аутсорсинге логистических услуг создает условия для консолидации или выхода на рынок крупных онлайн-операторов, что позволяет производителям максимально сфокусировать усилия на производстве и управлении продажами. Развитие логистического сервиса движется в сторону 5PL-логистики, включающей в себя полнофункциональный формат с интеграцией товарной логистики, управления цепями поставок, терминальной логистики и специализированными фулфилмент-функциями. Необходимым условием реализации мультиканальной модели продаж становится системная трансформация торговли на платформе, объединяющей различные каналы сбыта и коммуникационные форматы. При этом цифровые инновации и технологии электронной торговли постепенно начинают выполнять функцию расширенного продукта за счет сервисной составляющей. В настоящее время используются три основных модели организации логистики маркетплейсов [1]:

- фулфилмент маркетплейса (FBM) – функции хранения и доставки выполняются силами маркетплейса;
- фулфилмент продавца (FBS) – хранение товаров осуществляется на складе продавца, за доставку отвечает маркетплейс;
- поставка продавца (DBS) – функции хранения и доставки выполняются силами продавца.

Каждая модель имеет свои преимущества и недостатки для продавцов, поэтому используется в зависимости от объема операций, количества товарных позиций и числа площадок присутствия (таблица). Сотрудничество продавца и площадки первоначально строилось по модели FBM. Продавец берет на себя только работу над продуктом, доверяя процесс физического распределения маркетплейсу. С развитием онлайн-торговли стали появляться другие способы взаимодействия с торговыми площадками, поскольку среди продавцов работают как опытные бизнесмены с собственной логистикой, так и начинающие предприниматели с маленьким ассортиментом. Модель DBS первым активно начал использовать Яндекс.Маркет, что позволило привлечь на площадку большое число продавцов. Дополнительным изменением стала возможность продажи только за наличный расчет, что повышает лояльность поставщиков. Эту модель добавил в свой сервис Ozon. FBM (Fulfillment by Marketplace) – это первичный формат взаимодействия продавцов с площадками, который подходит начинающим предпринимателям, не имеющих развитого логистического звена. Они не располагают складскими мощностями, отсутствует доставка до покупателя. В этом случае экономически эффективнее использовать логистику маркетплейса, концентрируясь на производстве и продвижении продукции. Опытные продавцы, имеющие несколько каналов продаж, также используют модель FBM, если собственных мощностей недостаточно для всех каналов.

Таблица

Модели организации логистики маркетплейсов

| Модель | Преимущества | Недостатки |
|--------|---|--|
| FBM | Отсутствие инвестиций в постройку или аренду склада, закупки оборудования Отсутствие затрат на содержание склада Ответственность за сборку, маркировку, доставку заказов несет маркетплейс Возможность территориального распределения заказов по региональным складам | Отсутствие контроля за качеством хранения, сборкой, доставкой заказов, обработкой возвратов Рост объемов закупки Повышение расходов на доставку до складов Рост расходов на хранение товаров с низкой оборачиваемостью Ограничения по ассортименту и объему поставки Финансовые и временные потери при возвратном потоке Различные требования отдельных площадок |
| FBS | Снижение расходов на закупку Открытый доступ к складским запасам, контроль сроков годности Отсутствие затрат на содержание склада Возможность размещения на разных площадках с отгрузкой с одного склада Контроль сборки и маркировки заказов на стороне площадки | Увеличение затрат на обработку товаров с высокой оборачиваемостью Ограничения по региональным складам Финансовые и временные потери при возвратном потоке Имущественные санкции за нарушение обязательств перед покупателями |
| DBS | Сокращение затрат на закупку товаров Расширение ассортимента Открытый доступ к складским запасам, контроль сроков годности Комплектация в соответствии с требованиями продавца Широкий выбор операторов доставки Контроль «последней мили» Ускоренная обработка возвратов Отсутствие затрат на содержание собственного склада Размещение на нескольких площадках при работе с одного склада | Рост затрат на обработку товаров с высокой оборачиваемостью Штрафные санкции за нарушение обязательств продавцом перед покупателями |

В схеме FBM маркетплейс выполняет роль логистического оператора, поэтому поставщик не нуждается в наличии собственного склада, парка транспортных средств, ему не нужно детально изучать правила сборки и доставки заказов. Существенным преимуществом для поставщиков является отсутствие инвестиций в строительство или аренду склада. Недостатком является отсутствие контроля за хранением товаров, сборкой и доставкой заказов, оформлением возвратов. Яндекс.Маркет предлагает расширенную модель FBM для крупных участников. Модель, называемая Фулфилмент Яндекс, работает по схеме «витрина + упаковка». Такой формат доступен продавцам с большой товарной номенклатурой, включающей более 500 товарных позиций. Поставщики могут хранить продукцию на собственном складе, отгрузка производится в фулфилмент-центр маркетплейса по заказу торговой платформы. Сборка и доставка до конечного покупателя осуществляется силами Яндекс.Маркет. Помимо крупных участников, имеющих многоканальную систему продаж, модель FBS подходит продавцам, реализующим товары с низкой оборачиваемостью. Подобная ситуация свойственна следующим категориям предпринимателей:

- начинающие предприниматели, которые только выходят на рынок, проводят оценку спроса;
- интернет-магазины с товарами сезонного спроса в период после падения объема продаж;
- поставщики премиальных товаров.

Выбор логистической модели определяется сроками поставки заказов. По модели FBS маркетплейс устанавливает временной интервал, в течение которого он собирает и передает заказы в РЦ или пункт приема. Несоблюдение временных ограничений снижает рейтинг витрины и количество заказов, поэтому продавец должен укладываться в этот интервал. Условия реализации модели FBS варьируются по маркетплейсам. К примеру, на Ozon продавцы могут организовать хранение товаров на собственном складе и отгружать заказы на ближайший сортировочный центр или в пункт приема заказов, откуда силами маркетплейса упакованные товары отправляются заказчику. Управление логистической цепочкой осуществляет логистический сервис Ozon Rocket. Ozon сделал свою логистику доступной любому бизнесу: внешние бренды могут воспользоваться доставкой и пунктами выдачи заказов маркетплейса [5]. Wildberries позволяет разместить любые товары на витрине, при этом продавцы должны выбрать подходящий интервал отгрузки товаров в течение 48, 72 или 96 часов. За это время продавец обязан подтвердить заказ, собрать его и доставить до ближайшего сортировочного центра. Привлекательность модели для продавцов определяется тем, что маркетплейс взимает меньшую комиссию за использование площадки в качестве витрины. За несоблюдение временных лимитов доставки или отмену доставки продукция облагается повышенной комиссией. Яндекс.Маркет развивает логистическую инфраструктуру, открывая новые складские площадки и пункты приема заказов,

делая схему более доступной. Кроме того, при работе по модели FBS есть возможность экспресс-доставки, когда курьер или такси забирает заказ со склада магазина и доставляет покупателю в течение 2 часов. Такой способ доставки подходит магазинам, продукция которых реализуется не только на маркетплейсах, поскольку используется собственный склад как точка отгрузки товаров в точки продаж или непосредственно потребителю. В этом случае целесообразно использовать курьерскую службу маркетплейса при самостоятельном хранении и упаковке товаров. Неразрешимыми вопросами в FBS остаются доставка, выкупаемость и возвраты. Способом решения проблемы является схема DBS, при которой продавец использует торговую площадку исключительно для демонстрации товаров, осуществляя хранение и доставку своими силами. В 2021 году Ozon запустил подобную схему под названием «реальный FBS», согласно которой продавец использует площадку в качестве витрины, оплачивая комиссию за продажу товара. Чтобы осуществить доставку заказа, продавец самостоятельно осуществляет доставку либо выбирает подходящую курьерскую службу (Почта России, Vohberry, СДЭК, DPD, ПЭК). При такой схеме доступна экспресс-доставка, когда товар отгружается со склада продавца и доставляется покупателю в течение трех часов. Быстрая доставка может являться решающим критерием принятия решения о покупке потребителем для отдельных категорий товаров, таких как продукты питания, средства первой необходимости, лекарственные средства, подарки. Таким образом продавец может обеспечить себе прирост продаж только за счет экспресс-доставки. В 2021 году Wildberries предложил поставщикам модель DBS, при этом возможен выбор между двумя вариантами доставки:

- стандартная доставка, в этом случае доступен выбор временного интервала отгрузки заказов в пределах 48, 72 или 96 часов с момента оформления;

- экспресс-доставка, при которой продавцу необходимо выполнить заказ в течение двух часов с момента оформления.

Такая модель привлекательна для продавцов, реализующих товары, запрещенные для доставки силами маркетплейсов (живые цветы, елки, пиротехника и др). Схема DBS также удобна для крупных компаний, у которых имеется собственная курьерская служба. Возможна комбинация логистических схем, когда одни товары поставляются по модели FBS, другие – по схеме DBS. В любом случае продавец оценивает затраты и выбирает наиболее выгодную для себя модель. С другой стороны, маркетплейс, предоставляя выбор продавцам, повышает свою привлекательность для участников рынка. Поскольку процесс выполнения заказа является частью коммуникационного процесса, у продавца появляется возможность развития коммуникацию бренда и покупателя. В модели DBS комплектация заказа производится на складе продавца, поэтому интернет-магазин может использовать упаковку как маркетинговую составляющую, включать промо-материалы, повышая лояльность к бренду и стимулируя покупателя к новым покупкам. Заказы отправляются покупателям напрямую со склада продавца. Товары не отвозятся в пункты приема маркетплейсов, а сразу передаются в службы доставки, что снижает риск повреждения и потери заказов. При этом маркетплейс контролирует соблюдение продавцом сроков доставки. Модель DBS сочетает преимущества модели FBS и одновременно решает проблему управления запасами и доставкой. В моделях FBM и FBS диктует условия маркетплейс, что не позволяет продавцу влиять на «последнюю милю». В схеме DBS продавец сам выбирает перевозчиков и согласовывает тарифы. Возвраты направляются на собственный склад, отсутствует переплата за хранение на складах маркетплейсов. Если товары продаются с большим возвратным потоком, модель DBS позволяет снизить процент возвратов [7]. По этой модели поставщики могут продавать товары, которые на маркетплейсах запрещено продавать по моделям FBM и FBS. Это относится к крупногабаритным товарам (строительные материалы, мебель, крупная бытовая техника и т.д.). Модель DBS доступна для реализации продуктов питания и товаров высокой стоимости. Немаловажным преимуществом является возможность пользоваться выгодами DBS, не имея собственного склада, т.к. настраивает все операции фулфилмент-оператор.

Обсуждение

Логистика маркетплейсов является относительно новым направлением развития логистического менеджмента, что обусловлено тремя причинами:

- логистика маркетплейсов имеет особенности, связанные с цифровизацией торговли и управлением цифровыми цепями поставок;

- логистика маркетплейсов охватывает все ключевые логистические подсистемы: управление закупками, информационное обеспечение, управление товарными запасами, организация складирования и транспортировки, доставка «на последней миле», управление каналами распределения и возвратными потоками;

- логистический менеджмент в электронной розничной торговле требует использования новых подходов в части координации и кооперации множества участников, реализующих разнообразный ассортимент товаров.

Развитие моделей организации логистики маркетплейсов отражает изменения конфигурации цепей поставок, обусловленные формированием многоканальных и омниканальных моделей продаж. Последующие исследования должны ответить на вопросы разработки и выбора предпочтительных моделей для разных видов бизнеса.

Заключение

Маркетплейсы активно развивают политику работы с поставщиками, гибко меняя логистические модели. Первоначально продавцы могли пользоваться только складскими мощностями и курьерской службой маркетплейса, в настоящее время продавцы могут брать на себя основную долю ответственности за логистический процесс. Маркетплейсы предлагают целый комплекс сервисов, из которых продавец может выбрать нужные ему и определить оптимальную схему поставок. Потребители повышают требования к логистическому обслуживанию, в частности, растет спрос на экспресс-доставку. Такой формат доставки стал доступным не только товаров повседневного спроса, но и для товаров длительного пользования (техника, электроника). При этом временные диапазоны доставки тоже стали более гибкими, возможна доставка в конкретный день и час. Маркетплейсы ориентируются на запросы своих клиентов, поэтому традиционная модель FBM, которая не является универсальной и подходящей для всех участников, тоже получает развитие. Используя лучший опыт, российские маркетплейсы расширяют форматы и сервисы взаимодействия с продавцами и развивают собственную логистику как отдельное товарное предложение. Помимо работы с собственными поставщиками, отдельные торговые площадки начинают внедрять бизнес-модель B2B, предоставляя логистические услуги другим торговым операторам.

Литература

1. Андреев А.А. Анализ современного рынка маркетплейсов в России // Современная торговля: теория, практика, инновации. Материалы X Всероссийской с международным участием научно-практической конференции. – 2022. – С. 74-78.
2. Виноградов А.Б. Проблемы и особенности логистической поддержки деятельности маркетплейсов // Логистика и управление цепями поставок, 2019. – № 5. – С. 3-10.

3. Дюкова О.М. Эволюционное развитие логистики электронной торговли: от интернет-магазинов к маркетплейсам // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2022. – № 3. – С. 111-115.
4. Логистика интернет-торговли России в 2023. Мнения и ожидания [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Opinions_and_expectations_in_logistics_2023.pdf.
5. Логистика на маркетплейсах: что нужно знать продавцу [Электронный ресурс]. URL: https://www.retail.ru/tovar_na_polku/logistika-na-marketpleysakh-cto-nuzhno-znat-prodavtsu/.
6. Маркетинговое исследование Маркетплейсы 2024: тренды, стратегии, точки роста [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/DI_FedorVirin_SellersnMarketplaces_2024.
7. Маркетплейсы 2019–2023: что было, есть и будет с бизнесом [Электронный ресурс]. URL: <https://delovoyimir.biz/marketpleysy-20192023-cto-bylo-est-i-budet-s-biznesom.html>.
8. Михайлюк М.В. Трансформация и развитие логистики интернет-торговли в условиях многоканальной модели продаж / Автореферат дисс. на соискание ученой степени доктора экономических наук. – Санкт-Петербург, 2019.
9. Федеральная служба статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/opttorg>.
10. Cao K., Xu Y., Hua Y., Choi T.M. Supplier or co-optor: Optimal channel and logistics selection problems on retail platforms, *European Journal of Operational Research*, 2023. – V. 311. – I. 3. – P. 971-988.
11. Duffy G., Dale B. E-commerce processes: A study of criticality // *Ind. Manag. Data Syst*, 2002. – № 102. – P. 432–444.
12. Ghezzi A., Mangiaracina R., Perego A. Shaping the E-Commerce Logistics Strategy: A Decision Framework Regular Paper // *Int. J. Eng. Bus. Manag.*, 2012. – № 4. – P. 4–13.
13. Marchet G., Melacini M., Perotti S., Rasini M., Tappia E. Business logistics models in omni-channel: A classification framework and empirical analysis // *Int. J. Phys. Distrib. Logist. Manag.*, 2018. – № 48. – P. 439–464.
14. McCole P., Ramsey E. A Profile of Adopters and Non-Adopters of Ecommerce in SME Professional Service Firms // *Australas. Mark. J.*, 2005. – № 13. – P. 36–48.
15. Zennaro I., Finco S., Calzavara M., Persona A. Implementing E-Commerce from Logistic Perspective: Literature Review and Methodological Framework. *Sustainability*, 2022. – № 14.

УДК 338.1

М.А. Ветрова

ПРИРОДНЫЕ КЛИМАТИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ НА ОСНОВЕ МОРСКИХ ЭКОСИСТЕМ: ВОЗМОЖНОСТИ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ В РФ

М.А. Vetrova

BLUE CARBON PROJECTS: OPPORTUNITIES AND BARRIERS TO DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

Ключевые слова: климатическая повестка, климатические проекты, эмиссия CO₂, секвестрация CO₂, карбоновые фермы, технологии поглощения, парниковые газы, риски, углеродные единицы, климатическое законодательство.

Keywords: climate agenda, climate projects, CO₂ emissions, CO₂ sequestration, carbon farms, absorption technologies, greenhouse gases, risks, carbon units, climate legislation.

Цель: систематизация, анализ стоимости и рисков технологий секвестрации и хранения климатически активных газов морскими экосистемами, а также обоснование роли карбоновых полигонов в развитии морских карбоновых ферм в РФ для достижения углеродной нейтральности. Объектом специального внимания выступает анализ институциональной среды и нормативно-правового регулирования климатической повестки на национальном и наднациональном уровнях. Обсуждение: природные климатические проекты являются неотъемлемой частью решения задач Парижского соглашения по достижению углеродной нейтральности. Согласно Климатической доктрине РФ, обновленной в октябре 2023 года, Россия должна достигнуть углеродной нейтральности к 2060 году, в том числе за счет увеличения поглощающей способности наземных экосистем. Вместе с тем экосистема мирового океана, как демонстрируют международные исследования, обладает существенным потенциалом по секвестрации и хранению CO₂, однако приоритет как в мировой, так и в российской практике сегодня отдается реализации природных климатических проектов на суше. Результаты: сегодня в мире не существует единых подходов к мониторингу, верификации и сертификации климатических проектов на основе океана, но в ЕС разработано руководство по созданию проектов такого типа, в то время как в РФ методология по реализации климатических проектов на основе морских экосистем отсутствует, что существенно осложняет их развитие. В РФ сеть карбоновых полигонов может сыграть ведущую роль в создании и развитии морских карбоновых ферм благодаря наличию научно-технических ресурсов, проведению фундаментальных исследований в области технологий секвестрации CO₂ океаном и разработке общих подходов к мониторингу и оценке климатически активных газов морскими экосистемами.

Purpose: to systematize, analyze the cost and risks of technologies for sequestration and storage of climatically active gases by marine ecosystems, as well as to substantiate the role of carbon landfills in the development of marine carbon farms in the Russian Federation to achieve carbon neutrality. The object of special study is the analysis of the institutional environment and regulatory regulation of the climate agenda at the national and supranational levels. Discussion: Natural climate projects are an integral part of solving the tasks of the Paris Agreement on achieving carbon neutrality. According to the Climate Doctrine of the Russian Federation, updated in October 2023, Russia should achieve carbon neutrality by 2060, including by increasing the absorption capacity of terrestrial ecosystems. At the same time, the ecosystem of the world's oceans, as international studies demonstrate, has significant potential for sequestration and storage of CO₂, however, priority in both global and Russian practice today is given to the implementation of natural climate projects on land. Results: Today there are no unified approaches to monitoring, verification and certification of ocean-based climate projects in the world, but the EU has developed guidelines for creating projects of this type, while in the Russian Federation there is no methodology for implementing climate projects based on marine ecosystems, which significantly complicates their development. In the Russian Federation, a network of carbon landfills can play a leading role in the creation and development of marine carbon farms due to the availability of scientific and technical resources, fundamental research in the field of ocean CO₂ sequestration technologies and the development of common approaches to monitoring and assessment of climatic active gases by marine ecosystems.

Электронный адрес: m.a.vetrova@spbu.ru

Введение

Парижское соглашение принято на 21-й Конференции сторон РКИК 12 декабря 2015 г. ставит своей целью удержать прирост средней глобальной температуры ниже 2 °С относительно доиндустриального уровня и сделать все возможное для того, чтобы не превысить 1,5 °С до конца XXI века, участниками соглашения стали 194 страны, включая Россию. На 28-ой сессии Конференции Сторон Рамочной конвенции ООН об изменении климата (КС-28 РКИК ООН), состоявшейся в декабре 2023 г. в Дубае, участниками были обозначены ключевые тренды для достижения целей Парижского соглашения, среди которых выделяются постепенный уход от ископаемых видов топлива, развитие атомной энергетики и ВИЭ, утверждение роли природного газа в качестве переходного вида топлива. Постепенный уход от ископаемых видов топлива не означает полный отказ, а скорее сохранение использования природного газа, нефти и угля при развитии технологий компенсации эмиссии CO₂, к которым относятся CCUS-технологии (технологии улавливания, транспортировки, использования или захоронения CO₂) и природные климатические проекты [34]. Основные предложения по результатам РКИК ООН (КС-28) 2023 года сосредоточены на декарбонизации энергетического сектора, основанном на ископаемых видах топлива, на который приходится 73% и 78% мировой и российской эмиссии климатически активных газов соответственно [19,49]. При этом быстрый и полный отказ от ископаемых видов топлива невозможен в связи с неустойчивостью, высокой себестоимостью, технологической неразвитостью альтернативных источников энергии, а также с возможной социально-экономической напряженностью нефтедобывающих и развивающихся стран, эта проблематика освещается учеными, правительствами и представителями бизнес-структур [5]. На фактическое отсутствие долгосрочных планов по отказу от ископаемых видов топлива обращает внимание ООН в докладе «О производственном разрыве за 2023 год», согласно которому планы правительств ведут к увеличению мировой добычи угля до 2030 года и мировой добычи нефти и газа, по крайней мере, до 2050 года. Так, текущие планы по производству ископаемых видов топлива к 2030 году на 110% больше, чем возможно для удержания температурного рубежа в 1,5 °С, и на 69% больше – при ограничении в 2°С, согласно Парижскому соглашению 2015 года [22]. Таким образом, декарбонизация энергетического сектора должна быть достигнута за счет технологических и

природных климатических решений. Доклад ООН о разрыве в уровне выбросов за 2023 год акцентирует внимание на недостаточности мер, реализуемых правительствами в области задач климатической повестки. Так, выполнение текущих обязательств стран по адаптации к изменению климата позволит сократить климатические выбросы лишь на 9%, что приведет к концу XXI века к глобальному потеплению на 2,6 °С. Чтобы удержать глобальное потепление в пределах 1,5 °С общемировые выбросы парниковых газов должны быть сокращены на 42% до 2030 года. Отметим, что показатель улучшился в сравнении с 2022 годом на 3%, в 2022 году рекомендация ООН по сокращению мировой эмиссии ПГ составляла 45% к 2030 году, вместе с тем усилия стран все еще не достаточны. Заключительный раздел шестого оценочного доклада МГЭИК цикла отчетов о климатической повестке (20 марта 2023 г.) указывает, что высока вероятность недостижимости цели в ограничении потепления на 1,5°С. При этом переход температурного порога затронет 3,3 млрд чел., так, по оценкам Всемирной организации здравоохранения, каждая четвертая смерть в мире уже происходит по предотвратимым экологическим причинам, а изменение климата еще больше усугубляет эти риски [4]. К 2050 году крупные города будут подвержены ежегодным стихийным бедствиям, которые прежде происходили раз в сто лет, а 14% биологических видов подвергнется угрозе вымирания [41]. Для нивелирования рисков усилия стран в области декарбонизации должны быть интенсифицированы.

Российская Федерация находится на 5 месте по уровню выбросов ПГ после Китая, США, Индии и 27 стран ЕС, суммарно на эти страны приходится 61,6% эмиссии климатически активных газов всего мира. Несмотря на усилия, предпринимаемые странами, растущий тренд по мировым выбросам ПГ не сломлен и 2023 год по предварительным оценкам покажет новый пик выбросов в размере 37,5 гигат CO₂-е с приростом в 1,1% в сравнении с 2022 годом [49]. ЕС, США и Китай предпринимают активные действия в формировании институциональной среды, и климатическая политика в этих странах становится частью технологической политики для обеспечения долгосрочной конкурентоспособности и лидерства на новых рынках углероднейтральных продуктов и технологий, подробно эти вопросы рассмотрены в исследованиях российских и зарубежных ученых [45]. В РФ формирование институциональной среды для решения задач климатической повестки было начато в 2021 году с утверждением Стратегии социально-экономического развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года, согласно целевому сценарию которой нетто выбросы ПГ сократятся на 54% к 2030 году от уровня 1990 года что соответствует приросту на 0,6% от уровня 2019 года, а к 2050 году нетто выбросы ПГ сократятся на 80% от уровня 1990 года или на 60% от уровня 2019 года [28]. Климатической нейтральности Россия достигнет к 2060 году, согласно Климатической доктрине РФ, принятой в октябре 2023 года. Стоит обратить внимание, что два ключевых стратегических документа по решению задач климатической повестки на среднесрочном горизонте планирования фиксируют рост нетто выбросов ПГ с 1584 млн т CO₂-е в 2019 году до 1673 т CO₂-е в 2030 году. При этом Климатическая доктрина РФ предполагает дополнительные меры декарбонизации отраслей экономики и увеличения поглощающей способности управляемых экосистем [31].

Согласно Приказу Минэнерго России от 28.02.2023 г. №108 «Об утверждении схемы и программы развития электроэнергетических систем России на 2023–2028 гг.», структура используемого топлива в электроэнергетическом балансе России к 2028 году не претерпит существенных изменений: на долю угля придется 24,1%, газа – 70,7%, нефтетоплива – 0,5%, доля прочего топлива (включая ВИЭ) – 4,7% [16]. Таким образом, структурных сдвигов и технологических изменений в ключевом секторе-эмитенте ПГ – энергетике – в РФ не ожидается. Достижение целевых показателей определяемого на национальном уровне вклада по сокращению выбросов ПГ предполагается достигать за счет повышения энергоэффективности и развития природных климатических проектов. Однако согласно исследованию ЦЭНЭФ-XXI, РФ отстает по результатам повышения энергоэффективности от других стран-ключевых эмитентов ПГ, так энергоёмкость ВВП за вычетом использования топлива на неэнергетические нужды в РФ снижается на 0,5% против снижения на 2,7% у ЕС, на 2,1% у Китая, на 1,9% у США. Нетто-стоки в секторе землепользования (ЗИЗЛХ) в 2010-2021 гг. не выросли, а сократились на 213 млн т CO₂-эквивалента. Тогда как в национальной стратегии заложен рост этого показателя в 2,2 раза, до ~1200 млн т к 2050 году [36]. Таким образом, РФ необходимо интенсифицировать действия в области природных климатических проектов и повышения энергоэффективности на среднесрочном интервале времени, а долгосрочные стратегии требуют более активных действий в области разработки инновационных технологий декарбонизации энергетики и производственно-технологических процессов углеродоемких секторов экономики. Комплексная проблематика по вопросам решения задач климатической повестки освещается в исследованиях по разным направлениям. Так, особой актуальностью обладают вопросы в области формирования институциональной среды, в том числе развития углеродных рынков и инструментов финансирования углероднейтрального экономического роста [8,14], трансформации климатических рисков в реальные финансовые потери [7,30], отдельно исследуются проблемы справедливого и эффективного энергоперехода [21,27], а также оптимальные стратегии развития энергетического сектора в условиях достижения углеродной нейтральности [2,29], в том числе с акцентом на CCUS-технологии и развитие водородной энергетики [1,3], объектом специального внимания выступают инструменты и промышленные решения декарбонизации производственно-технологических процессов [42,43], природные климатические проекты с особым акцентом на лесные и сельскохозяйственные технологии [12,13], а также водно-болотные угодья [39].

Проекты по повышению энергоэффективности и лесные климатические проекты уже реализуются в РФ. Так, 01.09.2023 г. был зарегистрирован климатический проект ООО «ВЦЛ», регламентирующий, что в ближайшие пять лет на Сахалине планирует высадить более 29 млн лиственниц на площади 6000 га в Поронайском лесничестве, что позволит поглотить 1,5 млн CO₂-е парниковых газов. Цель проекта – увеличить поглощающую способность лесов и достичь углеродного баланса в регионе. Проект продлится 80 лет до 01.09.2102 г. «Русал» зарегистрировал климатический проект по авиаохране лесов, сроки реализации проекта – 2019-2033 гг., за этот период будет эмитировано более 5 млн углеродных единиц. Проект реализуется на площади более 500 тыс. га Нижне-Енисейского лесничества – в одном из наиболее опасных в пожарном отношении районов Красноярского края, и направлен на сокращение пожаров на регулируемом участке [25]. Вместе с тем, сегодня в РФ упускаются из вида решения на основе морских экосистем как отдельный класс климатических проектов по поглощению и хранению климатически активных газов. Об этом свидетельствует отсутствие в РФ отдельной методологии оценки климатических проектов на основе морских экосистем, которые разрабатываются Институтом глобального климата и экологии имени академика Ю.А. Израэля, также в подходе к классификации Романовской А.А. по основным видам климатических проектов на основе природных экосистем прибрежные и морские экосистемы входят в состав проектов по водно-болотным угодьям [26], тогда как международная практика разделяет проекты на основе океана (Blue Carbon projects) и водно-болотных угодий (Wetlands Restoration and Conservation (WRC) projects) по принципу

отдельных инструментов управления климатически активными газами соленой и пресной воды, а также по ключевым функциям проектов: поглощение CO₂ (absorption) морскими экосистемами, предотвращение (avoided) выбросов CO₂ водно-болотными угодьями. В России есть большие возможности по развитию климатических проектов на основе морских экосистем, т.к. территория страны омывается морями Тихого, Атлантического и Северного Ледовитого океанов. В ряде стран уже развивается институциональная среда и начинают масштабироваться технологии поглощения и хранения CO₂ морскими экосистемами с учетом существенного потенциала абсорбции и долгосрочного связывания антропогенного CO₂. Всего в мире насчитывается не менее 20 проектов на основе морских экосистем [41], в РФ морские климатические проекты пока не зарегистрированы, и основное внимание сосредоточено на лесных климатических проектах, которые отличаются длительным периодом возврата инвестиций и высокой степенью рискованности. Принимая во внимание достигнутые в науке и практике результаты, глобальные тренды по обострению задач климатической повестки, а также статистические данные по ключевым инструментам достижения углеродной нейтральности в РФ, в качестве альтернативного способа выполнения Россией ОНУВ объектом специального анализа являются возможности развития технологий управления климатически активными газами на основе морских экосистем. В связи с этим в статье, во-первых, анализируется наднациональное и российское нормативно-правовое регулирование климатических проектов; во-вторых, проводится систематизация существующих решений достижения углеродной нейтральности на основе океана и морских экосистем с учетом себестоимости и рисков; в-третьих, обсуждаются возможности карбоновых полигонов в разработке и масштабировании морских технологий достижения углеродной нейтральности.

Методы

Решение поставленных задач опирается на инструменты и методы теории устойчивого развития и зеленой экономики, отраслевого и институционального анализа. При анализе институциональной среды в качестве материалов использовались государственные стратегии и нормативно-правовые акты РФ, США и ЕС, среди которых Климатическая доктрина РФ (2023), Стратегия социально-экономического развития РФ с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года, The European Green Deal и др. При систематизации и оценке технологий использовались отчеты Межправительственной группы экспертов по изменению климата, Международного энергетического агентства, Международного союза охраны природы, Национальной академии наук, инженерии и медицины (NAP), некоммерческой организации Ocean Visions. Анализ деятельности карбоновых полигонов был проведен на основе информации экспертного центра карбоновых полигонов, программ развития и результатов исследований карбоновых полигонов.

Результаты

Для достижения целей Стратегии социально-экономического развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года в России формируется институциональная среда в том числе для стимулирования углеродоемких секторов экономики в области декарбонизации производственно-технологических процессов. Так, Федеральным законом РФ «Об ограничении выбросов парниковых газов» от 02.07.2021 г. №296-ФЗ введено понятие регулируемых организаций – это юридические лица и индивидуальные предприниматели, хозяйственная деятельность которых сопровождается выбросами парниковых газов в объеме 50 и более тыс. т CO₂-е [32]. Регулируемые организации ежегодно предоставляют отчетность об объеме эмиссии CO₂-е и с 2028 года Правительство РФ планирует взимать плату за превышение объема выбросов свыше 50 тыс. т CO₂-е, за это время в стране должна быть сформирована правовая основа для системы взимания платы за углерод [24]. Для поэтапного внедрения платы за эмиссию CO₂-е 1 сентября 2022 г. вступил в силу федеральный закон от 06.03.2022 г. №34-ФЗ «О проведении эксперимента по ограничению выбросов парниковых газов в отдельных субъектах Российской Федерации» [33], в рамках которого стартовал Сахалинский эксперимент для настройки механизма углеродного регулирования, организационных и экономических механизмов реализации проектов по сокращению выбросов ПГ с использованием имеющихся и инновационных технологий, а также решений на основе природных экосистем. Таким образом, в стране создается нормативно-правовая основа для установления цены на углерод с целью введения ответственности за выбросы ПГ эмитентами с помощью углеродного налогообложения и/или развития рынков углеродных единиц.

1. Регулируемый рынок – основанные на международных, национальных или региональных нормативно-правовых актах системы торговли квотами на выбросы ПГ.

2. Добровольный рынок – верифицированные схемы зачета сокращений выбросов ПГ на основе реализации климатических проектов физическими или юридическими лицами [9]. Климатический проект – комплекс мероприятий, обеспечивающих сокращение (предотвращение) выбросов парниковых газов или увеличение поглощения парниковых газов (ФЗ – 296).

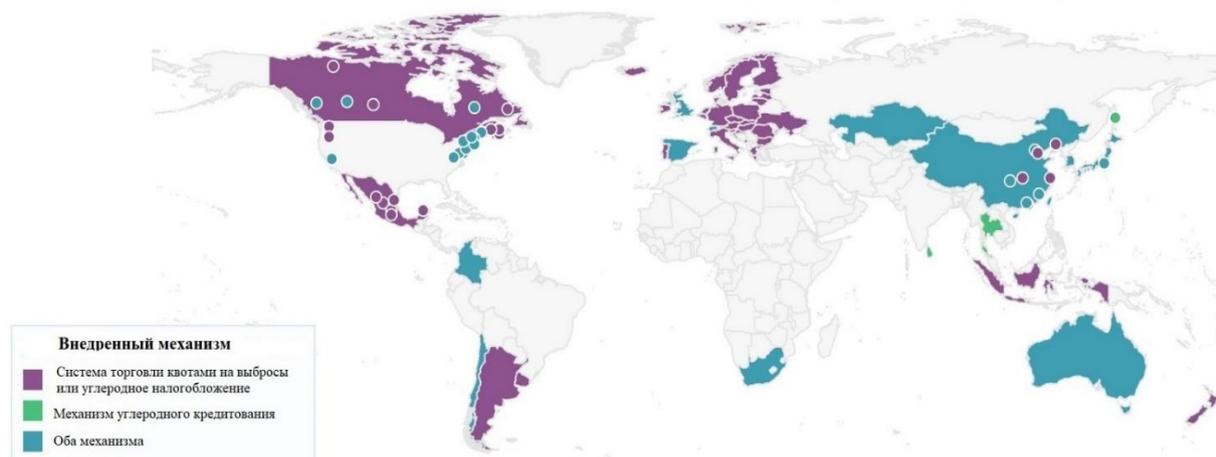


Рис. 1. Механизмы ценообразования на выбросы углерода в мире, 2023 год

В отличие от углеродного налогообложения рынки углеродных единиц работают путем установления количественного общего предела выбросов, производимых всеми участвующими эмитентами. В результате цена автоматически корректируется в соответствии с этим целевым показателем. Это главное преимущество по сравнению с фиксированным налогом на выбросы углерода. В рамках торговли выбросами загрязнитель, имеющий больше выбросов, чем его квота, должен приобрести право на дополнительные выбросы. Предприятие, имеющее меньший объем выбросов, продает право на выброс углерода другим предприятиям. В результате в первую очередь будут использоваться наиболее экономически эффективные методы сокращения выбросов углерода. По состоянию на конец 2023 года в мире действовало 104 механизма ценообразования на выбросы углерода: регулируемых государством, из которых 37 систем торговли квотами на выбросы и 38 систем углеродного налогообложения, а также 29 добровольных механизмов углеродного кредитования (рис. 1). Объем продаж на мировом рынке углеродных единиц в 2023 году составил 12,5 млрд т CO₂-е на общую сумму 881 млрд евро, прирост по отношению к 2022 году составил 2%. При этом 770 млрд евро пришлось на Систему торговли квотами на выбросы ЕС (EU ETS), цена 1 углеродной единицы достигла 100 евро в феврале 2023 г. с постепенным снижением к концу года до 60 евро за 1 UE. Объем рынка Северной Америки составил 71,4 млрд евро, цены варьировались от 15 до 39 долл. за т CO₂-е. На рынке Китая по торговле углеродными единицами за 2023 год было реализовано UE на 2,3 млрд евро, цены поднялись до рекордных 11,19 долл. за т CO₂-е [38]. Цены на углеродные единицы на добровольных углеродных рынках существенно ниже, чем на регулируемых, поэтому инвестиционные вложения в реализацию климатических проектов зачастую не достигают окупаемости (табл. 1).

Таблица 1

Средневзвешенная цена 1 т CO₂-е добровольных и регулируемых систем установления цен на углерод, 2023 год

| Страна | Наименование регулируемой системы | Цена 1 т CO ₂ -е, долл. | Наименование добровольной системы | Цена 1 т CO ₂ -е, долл. |
|--------|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| ЕС | EU ETS | 96.3 | FES-CO ₂ Program | 1.5 |
| Китай | China national ETS | 8.15 | China Certified Emission Reduction | 5 |
| США | Washington CCA | 22.2 | Climate Action Reserve | 2.5 |
| РФ | Сахалинский эксперимент | 10.8 | Национальная товарная биржа | 7.5 |

В России, согласно Сахалинскому эксперименту, устанавливается ставка платы за превышение квоты на выбросы ПГ в размере 1000 р./т CO₂-е (11 долл./т CO₂-е), что существенно ниже цены на регулируемом рынке в ЕС (60-100 долл. за т CO₂-е). Вместе с тем в России с 2022 года развивается и функционирует добровольный рынок углеродных единиц, на котором 30 ноября 2023 г. состоялся первый крупный аукцион по продаже углеродных единиц, общий объем двух сделок составил 2 735 углеродных единиц со средневзвешенной ценой 700 р./UE. При этом в российском реестре углеродных единиц зарегистрировано 18 Климатических проектов, благодаря которым 65 544 981 Углеродных единиц подлежит выпуску, а 93 951 Углеродных единиц уже находятся в обращении. Все климатические проекты можно разделить на проекты по сокращению (предотвращению) эмиссии CO₂ и проекты по поглощению (изъятию) CO₂, которые в свою очередь подразделяются на технологические и природные типы (рис. 2) [35].

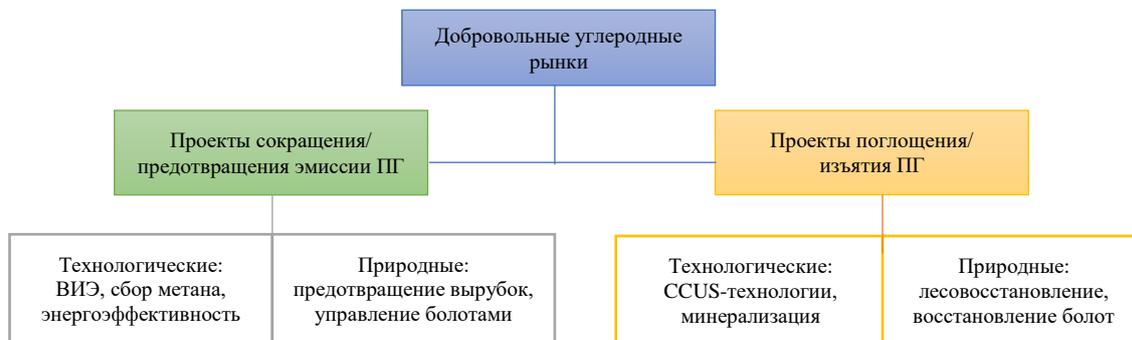


Рис. 2. Виды климатических проектов

В настоящее время в РФ преобладают технологические проекты, но потенциал природных климатических проектов должен быть реализован для достижения РФ углеродной нейтральности согласно Стратегии социально-экономического развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года. Так, согласно релевантному сценарию сектором ЗИЗЛХ к 2050 году должно поглощаться 1 200 млн т CO₂-е, это 66% всех выбросов ПГ РФ. Осуществление климатического проекта должно соответствовать методологиям и методологическим инструментам. Из 18 утвержденных методологий, в РФ для природных климатических проектов разработано и действуют 5 методологий.

1. Методология реализации климатического проекта № 0003 Изменение запасов органического углерода в почве на пахотных землях.
2. Методология реализации климатического проекта № 0010 Лесовосстановление.
3. Методология реализации климатического проекта № 0011 Улучшенное управления лесным хозяйством, в том числе охрана лесов от пожаров.
4. Методология реализации климатического проекта № 0012 Улучшенное управление лесным хозяйством, в том числе снижение воздействия лесозаготовок.
5. Методология реализации климатического проекта № 0016 Вторичное обводнение осушенных торфяников умеренного пояса.

Стоит отметить, что разработанные российские методологии климатических проектов пока еще не покрывают все направления (табл. 2), поэтому компаниям необходимо для реализации добровольного проекта прибегать к международным стандартам или разрабатывать методологии самостоятельно, что сопряжено с дополнительными ограничениями и издержками для реализации климатических проектов.

Таблица 2

Направления проектов, учитываемые международными стандартами верификации углеродных единиц

| Механизм | Сельское хозяйство | CCUS | Энергоэффективность | Лесопользование | Сжигание топлива | Неконтроль. выбросы | Пром. газы | Индустрия | ВИЭ | Транспорт | Отходы | Водно-болотные угодья | Экосистемы океана |
|-----------------------------|--------------------|------|---------------------|-----------------|------------------|---------------------|------------|-----------|-----|-----------|--------|-----------------------|-------------------|
| American Carbon Registry | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | | + |
| Climate Action reserve | + | | | + | | | + | | | | + | | |
| Gold Standard | + | | + | + | + | + | | | + | | + | | + |
| Verifies Carbon Standard | + | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | + |
| Clean Development Mechanism | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | |
| Российские методологии | + | | + | + | + | + | + | + | | | + | + | |

В РФ, как уже отмечалось, основное направление для реализации природных климатических проектов связано с управлением лесами, что подтверждается наличием методологий, реализуемыми климатическими проектами по лесовосстановлению (Сахалин, ООО «ВЦП») и авиаохране (Красноярск, Русал), а также масштабными исследованиями в области оценки экономической целесообразности лесных климатических проектов, поглощающей способности лесов, организации лесных карбоновых ферм [6,10,37]. Согласно Концепции реализации природно-климатических проектов РФ, при действующих ценах на УЕ в РФ 700 р./т CO₂-е, возможные к реализации лесные климатические проекты обладают низкой или отсутствием экономической эффективности, т.к. себестоимость поглощения 1 тыс. CO₂ варьируется от 1 000 до 4 500 р., с учетом высоких природно-климатических и операционных рисков многие бизнес-структуры отказываются от реализации таких проектов. Так, потенциал сектора ЗИЗЛХ снижается в результате лесных пожаров. В 2023 году площадь лесных пожаров составила 4,3 млн га, прирост в сравнении с 2022 годом составил более 20% (площадь пожаров в 2022 году – 3,3 млн га) [11]. Во время пожара выбросы углекислого газа составляют до 27,6 т/га, послепожарная эмиссия может достигать 20,8 т/га углекислого газа в год [44]. Таким образом, в момент горения и в первый год после пожара эмиссия CO₂ может составить до 208,12 млн т CO₂. В среднем выбросы в РФ в результате лесных пожаров составляют 170 млн т CO₂, что составляет около 9% всей эмиссии ПГ в РФ. Леса из поглотителей CO₂ становятся существенным фактором и угрозой эмиссии в результате увеличения количества и площадей пожаров.

Использование морских экосистем для поглощения CO₂ как отдельный класс климатических проектов в настоящее время в РФ рассматривается лишь в рамках научных исследований [17,20,23]. Вместе с тем термин «голубой углерод» (blue carbon) был впервые введен в рамках доклада Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП) «Голубой углерод: роль здоровых океанов в связывании углерода» в 2009 году. Доклад отражает значимость прибрежных и морских экосистем в углеродном цикле, так, более 50% углекислого газа, образующегося на суше, поглощается океаном, половина из которого секвестрируется почвой и зарослями морской травы, солончаками и мангровыми лесами, с общей площадью распространения 0,5% поверхности океана [50]. С 2009 года исследования в области роли морских экосистем в вопросах изменения климата привлекли внимание не только ученых, но и наднациональных и неправительственных организаций по проблемам динамики и количественной оценки запасов углерода, управления и восстановления, картографирования морских экосистем, реализации климатических проектов [48]. Подходы к удалению углекислого газа охватывают широкий спектр природных и технологических инструментов, но все они включают в себя этапы удаления или улавливания CO₂ из атмосферы или источника с дальнейшим связыванием уловленного CO₂ в другом резервуаре для минимизации эмиссии в атмосферу в течение некоторого периода времени. Все подходы на основе морских экосистем отличаются возможными рисками и экономической эффективностью, а также технологической зрелостью (табл. 3).

Таблица 3

Сравнительный анализ технологии поглощения и хранения климатически активных газов морскими экосистемами (составлено автором)

| Технология | Описание | Риски | Себестоимость поглощения | Себестоимость поглощения при масштабировании | Технологическая готовность |
|------------------------------------|--|---|----------------------------|---|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Внесение железа, азота или фосфора | Добавление микроэлементов (железа) или макроэлементов (фосфора или азота) на поверхность океана может в некоторых условиях увеличить фотосинтез морским фитопланктоном, а также увеличить поглощение CO ₂ и перенос органического углерода в глубокое море, где он может храниться столетиями или дольше. | Преднамеренное изменение природных экосистем приведет к изменению видового состава, структуры пищевой сети и биоразнообразия. Например, непреднамеренное вредное цветение водорослей. | 300 долл./тCO ₂ | 10 долл./тCO ₂ в зависимости от масштаба и соотношений секвестрированного углерода, а также стабильности ресурсных рынков. | Средняя |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|--|--|-----------------------------|---|---------|
| Искусственный апвеллинг и даунвеллинг | Апвеллинг - процесс, при котором вода из глубин, как правило, более холодная и более богатая питательными веществами и углекислым газом, чем поверхностные воды, закачивается в поверхностный океан. Даунвеллинг – процесс переноса поверхностных вод вниз – механизм переноса углерода в глубокие глубины океана. | Почти все модельные расчеты предполагают, что крупномасштабное развертывание океанских труб будет дорогостоящим и неэффективным средством CDR в океане с большой неопределенностью относительно того, достижимо ли чистое снижение углерода | >150 долл./тCO ₂ | 100 долл./тCO ₂ Разработка программы мониторинга – самая крупная статья затрат. Затраты на материалы для насоса могут быть умеренными. | Низкая |
| Выращивание морских водорослей | Крупномасштабное выращивание морских водорослей будет поглощать растворенный CO ₂ из верхних слоев океана в ткани, которые затем можно изолировать на глубине либо путем перекачивания биомассы, либо путем ее погружения в толщу воды. | Выращивание и целенаправленное введение биомассы морских водорослей, повлияет на экосистемы океана как в зоне, где выращивается биомасса, так и на глубине. Эти эффекты включают снижение уровня питательных веществ в окружающей среде и доступного света. Впоследствии это приведет к снижению темпов первичной продукции фитопланктона, уменьшению экспорта углерода из поверхностного океана и может повлиять на обмен энергией, которая поддерживает популяции морских млекопитающих и рыб. | 100 долл./тCO ₂ | < 100 долл./тCO ₂ | Высокая |
| Восстановление океанических и прибрежных экосистем, включая крупные морские организмы | CDR и секвестрация посредством защиты и восстановления прибрежных экосистем, таких как водоросли и свободно плавающие саргассумы, а также восстановление популяций рыб, китов и других животных в океанах | Широкомасштабные усилия по защите и восстановлению экосистем могут столкнуться с препятствиями, поскольку сохранение морской среды может вступить в конфликт с другими видами использования, такими как коммерческое рыболовство, судоходство, морские возобновляемые источники энергии и добыча полезных ископаемых. | 50 долл./тCO ₂ | <50 долл./тCO ₂ прямые затраты будут связаны с управлением и альтернативным и издержками из-за ограничения использования морских видов и окружающей среды | Высокая |
| Повышение щелочности океана | Изменение химического состава морской воды путем добавления щелочности посредством различных механизмов, включая усиленное выветривание минералов и электрохимические или термические реакции, высвобождающие щелочность в океан, с конечной целью удаления CO ₂ из атмосферы. | Дополнительные усилия по добыче полезных ископаемых, необходимые для удаления как минимум 1 Гт CO ₂ в год, эквивалентны мировой цементной промышленности. Неблагоприятное воздействие горнодобывающей промышленности на местные сообщества и окружающую среду на суше. Возможное токсическое воздействие никеля и других продуктов выщелачивания на морские организмы. | >150 долл./тCO ₂ | 50 долл./тCO ₂ Оценки зависят от расширения горнодобывающего, наземного транспорта и морского транспортного флота. | Средняя |
| Электрохимические подходы CDR океана | Удаление CO ₂ или повышение емкости хранения CO ₂ в морской воде (например, в форме ионов или минеральных карбонатов) путем повышения ее кислотности или щелочности соответственно. Эти подходы используют зависящую от pH растворимость CO ₂ за счет прохождения электрического тока через воду, что, вызывая расщепление воды, изменяет ее pH в ограниченной реакционной среде, например, с помощью электрохимических подходов. | Воздействие на океан, возможно, ограничивается точкой сброса сточных вод. Возможные воздействия на экосистему, подобные повышению щелочности. Избыточную кислоту (или газы, особенно хлор) необходимо будет очистить и безопасно утилизировать, чтобы избежать негативных эффектов | 2500 долл./тCO ₂ | 150 долл./тCO ₂ | Средняя |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|----------------|---|--|----------------------------|----------------------------|---------|
| CCS технологии | Улавливание, транспортировка и хранение CO ₂ | В масштабе столетий и тысячелетий CO ₂ может высвободиться на поверхность океана и вновь эмитироваться в атмосферу. Хранение углерода в твердых формах может привести к разрушению местной среды обитания морских организмов. | 150 долл./тCO ₂ | 450 долл./тCO ₂ | Высокая |

Технологии поглощения CO₂ океаном варьируются в зависимости от климатических условий и регионов их применения. Вместе с тем оптимальной технологией на сегодняшний день является восстановление прибрежных экосистем мангровых зарослей, морских трав и солончаков с потенциалом поглощения 95 Гт CO₂-е к 2100 году. Для этой наиболее безопасной и экономически эффективной технологии уже разработаны и действуют методологии верификации международными системами Verra, Plan Vivo, American Carbon Registry, Gold Standard. В ЕС разработано руководство по созданию климатических проектов на основе морских экосистем для Европы и Средиземноморья, в котором отражены ключевые принципы валидации, мониторинга, верификации и сертификации проектов [47]. Сегодня развитие и масштабирование климатических проектов на основе экосистемы океана сдерживается рядом факторов.

1. Сложность оценки. Сегодня не существует единой методологии мониторинга, верификации и методов моделирования объемов поглощения и сроков связывания климатически активных газов морскими экосистемами в виду отсутствия повсеместных инструментов и технологий наблюдения за свойствами океана, влияющими на поглощающую способность, что дополнительно усложняется океаническими течениями, изменением климата, международным морским законодательством.

2. Сложность сертификации. Выдача разрешений на реализацию климатических проектов на основе океана является серьезным препятствием для развития технологий поглощения и хранения климатически активных газов морскими экосистемами. Необходимы специальные ведомства и институты для сертификации решений на основе океана, а также международные соглашения регламентирующие возможности применения технологий для защиты океанов.

3. Низкая и средняя технологическая готовность климатических решений на основе экосистемы океана. Углеродные циклы океана, подкисление, экосистема, морская флора и фауна не изучены в полной мере, поэтому последствия от применения технологий по повышению поглощения CO₂ океаном и их масштабирования остаются непредсказуемыми. Вместе с тем без масштабирования себестоимость получения углеродных единиц, как показано в табл. 3, слишком высока, поэтому существующие технологии поглощения и хранения климатически активных газов морскими экосистемами не могут быть коммерциализированы в полной мере.

В РФ комплекс проблем, сдерживающий развитие климатических проектов на основе экосистемы океана, может быть решен за счет инфраструктуры и ресурсов сети карбоновых полигонов. В 2021 году Министерством науки и высшего образования Российской Федерации был представлен проект по развитию сети карбоновых полигонов на базе университетов для разработки и испытаний технологий углеродного баланса [15]. По состоянию на 31.03.2024 г. в стране действует 18 карбоновых полигонов, расположенных от Калининграда до Сахалина, деятельность которых сосредоточена как на сухопутных, так и на морских территориях.

Обсуждение

Из 18 действующих карбоновых полигонов лишь 4 занимаются морскими научно-исследовательскими проектами.

1. Карбоновый полигон «Геленджик», оператор Институт океанологии им. П.П. Ширшова РАН. Морской участок полигона располагается в районе Голубой бухты Черного моря. Исследования сосредоточены на разработке технологий секвестрации углерода морским планктоном. На базе полигона создана карбоновая ферма для применения технологий извлечения углерода из морской среды с возможным выпуском углеродных единиц.

2. Карбоновый полигон «Росьянка», оператор Балтийский федеральный университет им. И. Канта. Морской участок полигона размещён на восточном склоне Гданьской впадины в Балтийском море, помимо обоснования методик мониторинга эмиссии и секвестрации CO₂ морскими экосистемами, на полигоне разрабатываются технологии производства биотоплива на основе водорослей и отходов, скапливающихся в морях.

3. Карбоновый полигон «Дальневосточный», оператор Дальневосточный федеральный университет (ДВФУ). Бухты морского участка полигона сосредоточены в Японском море, ключевые исследования ведутся в области оценки секвестрационного потенциала прибрежно-морских экосистем, создании прототипов технологий секвестрации и увеличения поглощающей способности на управляемых прибрежно-морских территориях, а также обосновании роли мариферм для декарбонизации на территории Приморского края.

4. Карбоновый полигон «Карбон-Сахалин», оператор Сахалинский государственный университет. Морская часть полигона расположена в Заливе Анива Охотского моря, исследования в области. Разработка технологических решений для увеличения секвестрации климатически активных газов морскими экосистемами и технологий по переработке морской биоты, в том числе в биоچار, может стать основой морских карбоновых ферм на Сахалине.

Как показывает анализ, деятельность карбоновых полигонов ведется не централизованно в части разработки и испытаний технологий углеродного баланса на основе морских экосистем. Что в будущем не будет способствовать решению существующих проблем по формированию единых подходов мониторинга, верификации, сертификации и методов моделирования объемов поглощения и сроков связывания климатически активных газов морскими экосистемами. Это обуславливает значимость сетевого взаимодействия морских карбоновых полигонов, оператором сетевого взаимодействия может стать планируемый карбоновый полигон «Ладога», который в марте 2023 г. получил положительное экспертное заключение для разработки программы развития карбонового полигона Санкт-Петербургским государственным университетом. Санкт-Петербургский государственный университет уже проводит совместно с Атлантическим отделением Института океанологии им. П.П. Ширшова Российской академии наук и Балтийским федеральным университетом им. И. Канта работы по комплексной океанологической съемке на карбоновом полигоне «Росьянка» и пилотные подготовительные мероприятия для развертывания морской площадки карбонового полигона «Ладога» в Финском заливе. Ресурсные центры СПбГУ способны реализовать потенциал сетевого взаимодействия между карбоновыми полигонами для

решения задач в области систематизации информации, получаемой в ходе исследований, разработке единых подходов мониторинга потоков климатически активных газов, обоснования технологических решений по секвестрации CO₂ морскими экосистемами, которые имеют существенный потенциал в области решения задач климатической повестки и достижения Россией углеродной нейтральности.

Заключение

Потенциал природных климатических решений будет раскрываться по мере повышения требований по сокращению выбросов парниковых газов и достижения углеродной нейтральности экономического роста. В связи с ограниченными возможностями повышения энергоэффективности, незрелостью технологий декарбонизации производственно-технологических процессов углеродоемких секторов экономики, а также сохранением доли ископаемых видов топлива в мировом энергодобывании, актуальность климатических проектов на основе природных экосистем в долгосрочной перспективе будет усиливаться. Поэтому уже сегодня необходимо формировать институциональную среду для реализации климатических проектов не только на суше, но и на основе морских экосистем. Для этого необходимо предпринять следующие шаги.

1. Объединить усилия карбоновых полигонов в научных исследованиях, разработав общую программу реализации НИР для создания наилучших технологий поглощения CO₂ морскими экосистемами.

2. Разработать методологию реализации климатических проектов на основе морских экосистем, единые подходы к мониторингу и верификации потоков климатически активных газов, а также сертификацию технологий секвестрации CO₂ океаном.

3. Сформировать оптимальную систему финансирования для развития морских карбоновых ферм с участием бизнес-структур, государства и граждан.

По мере преодоления неопределенностей реализации климатических проектов на основе экосистемы мирового океана в ходе выполнения научно-исследовательских проектов на базе карбоновых полигонов, разработки методологии верификации и сертификации результатов морских климатических проектов возможна организация карбоновых ферм, наиболее приоритетными проектами для которых на сегодняшний день являются восстановление морских и прибрежных экосистем, сбор водорослей и отходов от штормовых выбросов с последующей переработкой, выращивание макро водорослей для дальнейшего использования в качестве сырья для производства биотоплива. Вместе с тем создание морских карбоновых ферм требует существенных инвестиционных вложений, которые могут окупиться при росте цен на углеродные единицы. Поэтому государственная поддержка, развитие рынков зеленых облигаций и кредитов, а также частные пожертвования смогут дать старт развитию морских карбоновых ферм в РФ на базе действующих карбоновых полигонов.

Литература

1. Анализ конкурентоспособности технологий CCUS: технологическая готовность и экономика / Е.В. Грушевенко, С.А. Капитонов, Ю.А. Ляшик [и др.] // PRНефть. Профессионально о нефти, 2023. – Т. 8. – № 1. – С. 158-176.
2. Арутюнов В. О прогнозах глобального энергоперехода // Журнал «ЭКО», 2022. – № 52. – С.51–66.
3. Аслаханова С.А. Политика и технологии улавливания и хранения углерода / С. А. Аслаханова, И. Б. Чураев, Х. А. Бексултанова // Тенденции развития науки и образования, 2023. – № 104-5. – С. 39-41.
4. В ВОЗ рассказали о влиянии глобального потепления на здоровье людей [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20231203/klimat-1913448083.html>.
5. Веселов Ф.В., Ерохина И.В., Макарова А.С. Масштабы и последствия глубокой декарбонизации российской электроэнергетики // Теплоэнергетика, 2022. – № 10.
6. Дочкина Д.Д. Социально-экономическое влияние развития карбоновых ферм на территории регионов / Д.Д. Дочкина, И.В. Филимонова // Интерэкспо Гео-Сибирь, 2022. – Т. 2. – № 4. – С. 218-226.
7. Емельянова Е.С. Климатические системные риски в Европе и внедрение системных буферов для митигации климатических рисков // Вестник академии знаний, 2022. – № 49. – С. 108-116
8. Завьялова Е., Ли Ц. Сравнительный анализ эффективности механизмов углеродного рынка и углеродного налога для реализации целей общемирового снижения углеродного следа // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Экономика. – 2023. – Т. 31. – № 4. – С. 740–759.
9. Исмагилова О.Д. Ценообразование на углеродные выбросы: мировой опыт // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2023. – № 39. – С. 470–495.
10. Калинина Е.В. Углеродный баланс карбоновой фермы / Е.В. Калинина, Л.В. Рудакова, Я.Д. Шварцбург // Экология и промышленность России, 2023. – Т. 27. – № 9. – С. 28-32.
11. Коммерсант. В России сгорело на треть больше леса, чем годом ранее. 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6186404?ysclid=lstzhmqiv963000172>.
12. Коротков В. Лесные климатические проекты в России: ограничения и возможности // Russian Journal of Ecosystem Ecology, 2022. – Т. 7. – № 4. – С. 39-46.
13. Лесные климатические проекты: возможности и проблемы реализации ESG-подхода. Ч. 1 / Г.А. Фоменко, А.А. Романовская, М.А. Фоменко [и др.] // Проблемы региональной экологии, 2022. – № 2. – С. 91-106.
14. Макеев Ю. Торговля квотами на выбросы парниковых газов в КНР и перспективы создания глобального рынка углеродных квот // Вестник Института востоковедения РАН, 2021. – № 3. – С. 67–74.
15. Министерство науки и высшего образования. Карбоновые полигоны [Электронный ресурс]. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/action/poligony/>.
16. Министерство Энергетики РФ. Приказ Минэнерго России от 28.02.2023 № 108 «Об утверждении схемы и программы развития электроэнергетических систем России на 2023 – 2028 годы» [Электронный ресурс]. URL: <https://minenergo.gov.ru/node/24125>.
17. Моделирование динамики концентрации растворенного кислорода в водах залива Анива (Охотское море) / А.В. Леонов, В.С. Архипкин, В.М. Пищальник, Е.М. Латковская // Вестник Московского университета. Сер. 5: География. – 2023. – № 6. – С. 77-85.
18. Николаев И. Цена энергоперехода / И. Николаев, О. Точилкина // Общество и экономика, 2022. – № 9. – С. 19-37.
19. Охрана окружающей среды в России [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ochrana_okruj_sredi_2022.pdf.
20. Оценка возможных объемов штормовых выбросов макрофитов на побережье зал. Анива (Охотское море) / Р.В. Завьялов, Е.М. Латковская, В.В. Карамышев, М.А. Репина // Уральский научный вестник, 2023. – Т. 6. – № 7. – С. 16-23.
21. Пахомова Н.В., Заединов А.В. Энергосбережение и повышение энергоэффективности среди направлений реализации климатической политики в России // ЭКО, 2024. – № 1. – С. 30-47.
22. Правительства планируют вдвое увеличить производство ископаемого топлива к 2030 году, 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unep.org/ru/novosti-i-istorii/press-reliz/pravitelstva-planiruyut-vdvoe-uvlechit-proizvodstvo-iskopaemogo>.
23. Пронина Ю.О., Полухин А.А., Борисенко Г.В. Первые оценки потоков углекислого газа на территории карбонового полигона «Геленджик» // Экология гидросферы, 2023. – № 2. – С. 84–97.

24. РБК. В России предложили внедрить плату за выбросы парниковых газов. 2024 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/26/01/2024/65b243229a79472c5cfc3592?ysclid=lsr7vunrag871832451>.
25. Реестр углеродных единиц [Электронный ресурс]. URL: <https://carbonreg.ru/ru/?ysclid=lup6bgqu6d856105650>.
26. Романовская А.А. Подходы к реализации экосистемных климатических проектов в России // Известия Российской академии наук. Серия географическая, 2023. – № 87. – С. 463–478.
27. Садунова А.Г. Природный газ в энергобалансе Российской Федерации в условиях трансформации традиционной энергетики // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. Вступление. Путь в науку. – 2022. – Т. 12. – № 2. – С. 89-98.
28. Стратегия социально-экономического развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/ADKkCzp3fWO32e2yA0BhtIpyzWfHaiUa.pdf>.
29. Технологии углеродной нейтральности: российский и зарубежный опыт. – Казань: Казанский государственный энергетический университет, 2023. – 166 с.
30. Точицкая И. Влияние климатических рисков на финансовый сектор: оценки центральных банков // Банковский вестник, 2021. – № 6. – С. 23-35.
31. Указ Президента Российской Федерации от 26.10.2023 г. № 812 Об утверждении Климатической доктрины Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/49910>.
32. Федеральный закон от 02.07.2021 г. № 296-ФЗ Об ограничении выбросов парниковых газов [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47013>.
33. Федеральный закон от 06.03.2022 г. № 34-ФЗ О проведении эксперимента по ограничению выбросов парниковых газов в отдельных субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47605>.
34. Центр Международных и сравнительно-правовых исследований. Климатический вестник. – 2024. – № 17. – С. 41.
35. ЦСР (2023) Основные направления государственной политики в области климатических проектов [Электронный ресурс]. URL: <https://depeconom.admhmao.ru/upload/iblock/c2fb9ac1hz88eow34zowqd0xnjz8lep4ohm2/-I.S.-Pominova-Osnovnye-napravleniya-gosudarstvennoy-politiki-v-oblasti-klimaticheskikh-proektov.pdf>.
36. ЦЭНЭФ-XXI Движение России к углеродной нейтральности: развилки на дорожных картах, 2023 [Электронный ресурс]. URL: https://cenef-xxi.ru/uploads/Roadmaps_46ca8e9def.pdf.
37. Экономические аспекты организации карбоновых ферм на лесных землях / С.С. Морковина, Е.А. Панявина, И.И. Шанин, И.А. Авдеева // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика, 2021. – Т. 9. – № 1. – С. 17-25.
38. Эксперт. Мировые углеродные рынки в 2023 г. выросли до рекордных \$949 млрд. 2024 [Электронный ресурс]. URL: <https://expert.ru/news/mirovye-uglerodnye-rynki-v-2023-g-vyrosli-do-rekordnykh-949-mlrd-dollarov/>.
39. Эффективность реабилитации экосистем обводненных торфяников в пойме реки Дубны на основе анализа динамики гнездовой популяции серого журавля (Талдомский городской округ Московской области) / О.С. Гринченко, А.В. Дулин, К. Цоклер [и др.] // Экосистемы: экология и динамика, 2021. – Т. 5. – № 2. – С. 86-101.
40. AR6 Synthesis Report: Climate Change 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-cycle/>.
41. Friess D.A., Howard J., Huxham M. Capitalizing on the global financial interest in blue carbon // PLOS Clim, 2022. – № 1.
42. Glushchenko A.M. Decarbonization of the Steel Industry: the Role of State Economic Policy // Проблемы экономики (Харьков), 2020. – № 1. – С. 340-347.
43. Ivchenko B. Decarbonization: challenges and risks in the economy // Финансовая экономика, 2022. – № 1. – С. 184-187.
44. Kuznetsov L.Y. An assessment of the impact of forest fires on air quality within the boundaries of Tyumen / L.Y. Kuznetsov, S.V. Zalesov, A.A. Krektunov et al. // Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal [International Research Journal], 2023. – № 8.
45. Le I. How to Promote Electrification, Decarbonize the Electricity Supply and Improve En-ergy Efficiency?/ in Climate and Energy Governance for a Sustainable Future// Climate Change Manage-ment. Singapore: Springer, 2023. – P. 143–156.
46. Makhnykina A., Panov A., Prokushkin A. The Impact of Wildfires on Soil CO2 Emission in Middle Taiga Forests in Central Siberia // Land, 2023. – № 12.
47. Manual for the Creation of Blue Carbon Projects in Europe and the Mediterranean [Электронный ресурс]. URL: <https://iucn.org/resources/file/manual-creation-blue-carbon-projects-europe-and-mediterranean>.
48. Quevedo J.M.D., Uchiyama Y., Kohsaka R. Progress of blue carbon research: 12 years of global trends based on content analysis of peer-reviewed and “gray literature” document // Ocean and Coastal Management, 2023.
49. Ritchie H., Rosado P., Roser M. Emissions by sector. Our World in Data [Электронный ресурс]. URL: <https://ourworldindata.org/emissions-by-sector#direct-industrial-processes-5-2>.
50. Watanabe A., Kuwae T. Blue Carbon Roadmap: Carbon Captured by the World’s Coastal and Ocean Ecosystems// ICEF Innovation Roadmap Project. – 2023 [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/369382049_icef2022_roadmap_Blue_Carbon.

УДК 339.138

С.В. Волков

ВОПРОСЫ АКТУАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И УПРАВЛЕНИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

S.V. Volkov

ISSUES OF UPDATING MARKETING AND MANAGEMENT IN CONSTRUCTION

Ключевые слова: маркетинг, строительная сфера, маркетинговое управление, оценка, кадровая политика, востребованность продукта, строительные организации, конкуренция.

Keywords: marketing, construction industry, marketing management, assessment, personnel policy, product demand, construction organizations, competition.

Цель: уточнить востребованность маркетингового управления в строительстве и определить наиболее значимые направления маркетинговой работы строительных организаций в России. Обсуждение: в статье анализируются особенности маркетинговой деятельности, связанные со спецификой строительной отрасли. Приведены аналитические данные относительно основных направлений работ строительных организаций и оценки их руководителями ситуации на рынке. Одно из ключевых значений для данного рынка, помимо кадрового обеспечения разного уровня квалификации и привлечения финансовых ресурсов, имеет логистика, связанная с поставками строительных материалов. Результаты: сделаны выводы о необходимости выработки стратегических ориентиров, выделении необходимого маркетингового бюджета и проведении системных аналитических и коммуникационных работ, а также привлечения сотрудников разной квалификации для перспективного расширения своей деловой активности.

Purpose: to clarify the demand for marketing management in construction and determine the most significant areas of marketing work of construction organizations in Russia. Discussion: the article analyzes the features of marketing activities related to the specifics of the construction industry. Analytical data are provided regarding the main areas of work of construction organizations and their managers' assessment of the market situation. One of the key values for this market, in addition to staffing at various skill levels and attracting financial resources, is logistics related to the supply of building materials. Results: conclusions were drawn about the need to develop strategic guidelines, allocate the necessary marketing budget and carry out systematic analytical and communication work, as well as attract employees of various qualifications for the future expansion of their business activities.

Электронный адрес: pkz.volkov@yandex.ru

Введение

Маркетинг традиционно выступает средством повышения конкурентоспособности предприятий и организаций, что в полной мере актуально для их функционирования в различных отраслях и сферах деятельности в России. Во многом, ключевое значение для ориентации предприятия на потребителей, формулировании им уникального торгового предложения, понимании особенностей проявившейся на рынке ситуации основывается на реализации маркетингового управления. Это в полной мере справедливо для строительного рынка, маркетинга на строительном рынке. Строительная отрасль в настоящее время по данным, озвученным Президентом РФ, Путиным В.В. приносит порядка 5% в ВВП [10], и в Стратегии развития строительной отрасли до 2030 года заложены амбициозные задачи, предполагающие его рост [8]. Приведенные данные актуализируют рассмотрение вопросов маркетингового управления в строительстве.

Методы

Мы опираемся на аналитическое рассмотрение мнений исследователей, изучающих вопросы маркетинга в строительстве, а также материалы эмпирических исследований Росстата. Используем методы научного поиска, сравнения, анализа и синтеза полученной информации для формулирования непротиворечивых выводов.

Результаты

Высокая актуальность маркетинговой проблематики и маркетингового управления в строительстве опосредуют полемику в отношении их особенностей, что проявляется в точках зрения различных ученых. Например, Барышников А., Коротыч И., Мустафин Н. подчеркивают, что существующий опыт маркетинговой активности, характерный для зарубежных строительных компаний и реализуемый на строительном рынке, не в полной мере может быть адаптирован в отечественных условиях [1]. Также специалисты отмечают сложности с верификацией результатов маркетинговых исследований, тренд руководства компаний доверять своему управленческому опыту в принятии деловых решений, а также проблемах с подготовкой и привлечением специалистов в сфере маркетинга, имеющих профессиональный опыт работы на строительном рынке [4]. Петрова Д. подчеркивает, что маркетинг в строительстве концентрируется на маркетинговых коммуникациях, определении наиболее интересных направлений инвестирования и поиске решений для отстройки от конкурентов [5]. Говоря о маркетинговом управлении применительно к строительной сфере целесообразно упомянуть, что в его реализации проявляются особенности, связанные со спецификой работы строительных организаций и строительного рынка. Строительные компании могут быть различного масштаба, поскольку одни развивают деятельность на различных территориях, например, в одном городе или регионе, а могут масштабировать бизнес и вести деловую активность во многих регионах или даже по всей стране. Сами строительные работы, особенно если речь идет о малозатяжном строительстве, имеют сезонность, и задействованные сотрудники могут быть переключены на другой строительный объект. На виды проводимых работ также оказывают влияние климатические факторы. Работы носят сложносоставной характер, они включают, помимо подготовки территории, непосредственных строительных и отделочных работ, вопросы дизайна и благоустройства прилегающего ландшафта.

Одно из ключевых значений для данного рынка, помимо кадрового обеспечения разного уровня квалификации и привлечения финансовых ресурсов, имеет логистика, связанная с поставками строительных материалов. Необходимо проводить исследования, четко понимать, на какой сегмент потребителей ориентирована строительная организация, исходя из чего определяются класс строительных объектов, а также объем предлагаемых услуг (объект в строительном варианте, предчистовая отделка, чистовая отделка, ремонт, полноценное дизайнерское оформление / меблировка). Кроме того, следует

отметить, что данный рынок является высококонкурентным. Например, в 2022 году на рынке многоквартирной застройки стало на 47% больше участников, чем в 2021 году [5]. По данным Росстата руководители строительных компаний, несмотря на сложности в экономике, в целом, достаточно благоприятно оценивали ситуацию на строительном рынке в четвертом квартале 2023 г. и первом квартале 2024 г. (рис. 1).



Рис. 1. Распределение ответов руководителей строительных организаций относительно оценки ситуации на рынке, % [9]

Как видим, в качестве благоприятной ситуацию на рынке оценивают порядка 10-11% опрошенных, порядка 65% считают ее удовлетворительной, что подразумевает готовность продолжать деловую активность и опосредует интерес к маркетингу и маркетинговому управлению. Тогда как 13-16% в указанный временной интервал детерминируют ее, как неудовлетворительную. Ряд руководителей не могут однозначно определиться и выбирают ответ «другое». Важные сведения о деловой активности дают данные относительно обеспеченности строительных организаций заказами (рис. 2).

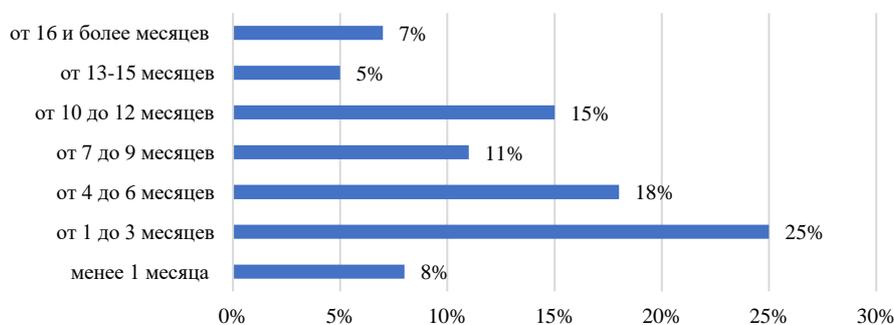


Рис. 2. Долевое распределение строительных организаций по уровню обеспеченности заказами в 4 квартале 2023 г., % [9]

Как видим, четверть организаций стабильно обеспечены заказами на период от 1 до 3 месяцев, а также на период от 4 до 6 и 10 и 12 месяцев, что свидетельствует о востребованности маркетинговой деятельности и маркетингового управления компанией для организации поиска заказчиков, деловых партнеров, получения новых заказов для обеспечения регулярной работы. Также согласно данным Росстата, прогнозируется необходимость роста объемов строительных работ, что опосредует, в том числе, привлечение количества работников в строительной отрасли, что также предполагает необходимость повышения качества маркетингового управления, ориентированного на осуществление эффективной кадровой политики и расширение деловой активности [9].

Обсуждение

Основные направления деятельности строительных организаций в 4 квартале 2023 г. в России можно проиллюстрировать следующим образом (рис. 3).

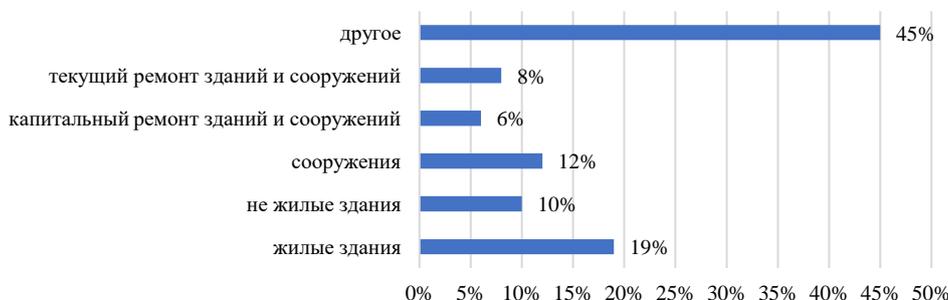


Рис. 3. Основные направления деятельности строительных организаций в России в 4 квартале 2023 г., % [9]

Как видим, на прочие виды работ приходится 45% активностей строительных компаний. На жилые здания приходится 19%, на нежилые – порядка 10% и 12% приходится на строительство сооружений. Интересным также представляется то, что порядка 26% руководителей строительных организаций подчеркнули прирост прибыли, а 15% сказали, что объем их прибыли снизился в 4 квартале 2024 г. [9]. Соответственно, на основе приведенных выше данных можно заключить, что есть

определенные сложности и, в тоже время, перспективы для организаций на строительном рынке. Поясним, что именно маркетинговая активность может дать строительным организациям определенные шансы. Наиболее значимыми направлениями маркетинговой активности, что свидетельствует из приведенных выше данных, являются разработка маркетинговой стратегии организации, поскольку именно системная стратегическая работа позволит проводить качественный и количественный анализ, выбрать формат взаимодействия с партнерами, отстройки от конкурентов о полноценной ориентации на потребителей для предложения им изначально востребованного продукта. Целесообразным является внедрение системы маркетингового управления строительной организацией и выделение соответствующего маркетингового бюджета на аналитические виды работ, включая анализ рынка и предлагаемых строительных продуктов и сервисов на разных этапах жизненного цикла, а также на маркетинговые коммуникации, как партнерами и потенциальными инвесторами, так и с потребителями. Большим потенциалом в современной ситуации также обладает направление анализа ситуации с кадровым обеспечением и привлечением необходимых сотрудников и вовлечением их в целевые задачи строительной организации, поскольку это повышает ее резистентность к внешним воздействиям и позволяет расширять объем и спектр осуществляемых работ.

Заключение

Строительство в России представляет собой перспективную, с точки зрения возможностей развития, сферу деятельности, которая также обладает высокой народнохозяйственной значимостью. В строительстве задействовано большое количество игроков и рынок является конкурентным, что вызывает интерес к маркетинговой деятельности и, соответственно, маркетинговому управлению, которое повышает адаптивность организации и ее ориентацию на потребителей и деловых партнеров. Руководители строительных организаций, в целом, удовлетворительно оценивают экономическую ситуацию на развиваемом рынке и, скорее, оптимистичны в прогнозе роста прибыли. Вместе с тем, в отрасли стоят задачи увеличения объемов строительства и нехватки необходимых кадров различной квалификации, что подчеркивает необходимость маркетингового управления. Необходимыми шагами для строительных организаций являются выработка стратегических ориентиров, выделение необходимого бюджета и проведение системных аналитических и коммуникационных работ, а также привлечение необходимых сотрудников для перспективного расширения своей деловой активности.

Литература

1. Барышников А.А., Коротыч И.О., Мустафин Н.Ш. Особенности строительного маркетинга в России // Региональное развитие: электронный научно-практический журнал, 2016. – № 6.
2. Васючков А.М. Учет временного разрыва между уровнем развития технологий и бизнеса при разработке маркетинговых стратегий // Практический маркетинг, 2023. – № 7. – С. 41-46.
3. Ласкавнев А.С. Сравнительный анализ традиционных и инновационных подходов в SEO // Практический маркетинг, 2024. – № 4. – С. 39-42.
4. Мхитарян С.В. Отраслевой маркетинг. – М.: Эксмо, 2006. – 368 с.
5. Петрова Д.Г. Особенности маркетинговой деятельности в строительстве // Экономика и парадигма нового времени, 2023. – № 3. – С. 24-27.
6. Попова Т.С. Шринкфляция и даунсайзинг как маркетинговые приемы воздействия на покупательское поведение / Т.С. Попова, Е.И. Гречкин // Практический маркетинг, 2023. – № 9. – С. 54-56.
7. Ямпольская Д.О. Российский брендинг: тренды потребительского отношения / Д.О. Ямпольская, А.Ю. Винокуров // Практический маркетинг, 2024. – № 1. – С. 23-31.
8. Антон Мороз: вклад строительства в ВВП превысил показатели за весь период новейшей истории [Электронный ресурс]. URL: <https://maistro.ru/articles/stroitelnyj-konstrukcii/anton-moroz-vklad-stroitelstva-v-vvp-prevysil-pokazateli-za-ves-period-novejshej-istorii>.
9. О деловой активности в строительстве в IV квартале 2023 года [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Del-aktiv_4kv-2023.pdf.
10. Путин указал, что стройотрасль приносит порядка 5% ВВП в РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/1556097/2023-08-08/putin-ukazal-cto-stroiotrasl-prinosit-poriadka-5-vvp-v-rf>.
11. Borixadjayeva M.S. Bugungi kun yoshlarni hayotiy bardoshliligi-muammolarni yengish manbai sifatida // World scientific research journal, 2023. – № 12. – P. 139-143.
12. Pesotskaya E. Création of integrated interaction monitoring in the construction companies management // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 2020. – V. 962.

УДК 339.137.2

A.B. Горбенко

**ЭВОЛЮЦИОННЫЕ ИМПЕРАТИВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ ТРУДНОДОСТУПНЫХ И СЕВЕРНЫХ РЕГИОНОВ**

A.V. Gorbenko

**EVOLUTIONARY IMPERATIVES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT
OF THE ELECTRIC POWER INDUSTRY
IN HARD-TO-REACH AND NORTHERN REGIONS**

Ключевые слова: устойчивое развитие, водородная энергетика, водородные накопители, топливные элементы, экономическая эффективность, энергетический комплекс, энергопотребление, стоимость электроэнергии.

Keywords: sustainable development, hydrogen energy, hydrogen storage devices, fuel cells, economic efficiency, energy complex, energy consumption, cost of electricity.

Цель: разработка теоретических положений и методологических подходов, связанных с необходимостью оценки экономической эффективности перспективных технологий генерации энергии для обеспечения устойчивого развития электроэнергетического комплекса труднодоступных и северных регионов. Обсуждение: в статье исследуется взаимосвязь изменений различных параметров при совершенствовании технических систем с возможностью достижения необходимого уровня экономической эффективности. Рассмотрены принципы аккумулирования энергии и виды аккумуляторов энергии, использующие физические и химические принципы работы. Рассмотрен вопрос водородной энергетике, ее преимущества и недостатки, а также разобраны основные компоненты водородных накопителей и виды топливных элементов. Исследованы и классифицированы виды водорода по критерию видов первичной энергии, применяемой в процессе его получения. Результаты: обоснована целесообразность развития технологий, связанных с использованием водородных накопителей энергии, как одной из наиболее перспективных энергосберегающих технологий. Поддержан вывод о целесообразности использования «зеленого» водорода в качестве источника энергии в целях обеспечения выработки энергии с нулевыми выбросами.

Purpose: development of theoretical principles and methodological approaches related to the need to assess the economic efficiency of promising energy generation technologies to ensure sustainable development of the electric power complex in remote and northern regions. Discussion: the article examines the relationship between changes in various parameters when improving technical systems with the possibility of achieving the required level of economic efficiency. The principles of energy storage and types of energy accumulators using physical and chemical principles of operation are considered. The issue of hydrogen energy, its advantages and disadvantages is considered, and the main components of hydrogen storage devices and types of fuel cells are analyzed. The types of hydrogen were studied and classified according to the criterion of the types of primary energy used in the process of its production. Results: the feasibility of developing technologies related to the use of hydrogen energy storage devices, as one of the most promising energy-saving technologies, has been substantiated. The conclusion about the feasibility of using “green” hydrogen as an energy source in order to ensure energy generation with zero emissions is supported.

Электронный адрес: gorbenko8691@mail.ru

Введение

Электроэнергетические системы относятся к большим системам, общие закономерности развития которых в теории больших систем изучают с использованием методов системного анализа, математического моделирования, статистических и вероятностных методов. Системная особенность электроэнергетического комплекса, как большой системы, заключается в том, что помимо неотъемлемого технического компонента, электроэнергетический комплекс имеет экономическую, экологическую, социальную составляющие. Изучение истории совершенствования различных технических систем [3,5] показывает, что их развитие проходит через последовательность определенных этапов:

- появление потребности;
- определение основной полезной функции – социального запроса на новую техническую систему;
- синтез новой технической системы, начало ее функционирования;
- увеличение основной полезной функции;
- при увеличении основной полезной функции ряд свойств технической системы ухудшается, возникает техническое противоречие, что позволяет сформулировать изобретательскую задачу;
- определение необходимых изменений в технической системе для достижения экономической эффективности;
- решение технической задачи;
- внесение изменений в техническую систему;
- достижение экономической эффективности

В структуру целевых ориентиров долгосрочных нормативных, стратегических документов России, в том числе в области энергетики, включают планы по достижению значений показателей, позволяющих придать структурно и качественно новое состояние экономики страны, максимально содействующее ее динамичному, устойчивому, социально-экономическому развитию. В этой связи огромное значение для достижения целей устойчивого развития общества и гармонизации социально-экономических отношений приобретает освоение труднодоступных и изолированных территорий. Возникновение потребности в обеспечении электроэнергией удаленных и изолированных территорий России без доступа к централизованным источникам электроэнергии создает социальный запрос на создание перспективных технических систем, способных обеспечить надежное и стабильное энергоснабжение для труднодоступных регионов. По данным аналитического агентства IRENA, в 2023 году ВИЭ-генерация обеспечила 87% общемирового прироста энерго мощностей.

Методы

Проекты атомных станций малой мощности представляют собой современное решение в области малых ядерных реакторов, обеспечивающих стабильное и надежное производство энергии с минимальными выбросами углекислого газа и вредных веществ. Такие реакторы могут способствовать диверсификации энергетического комплекса и обеспечению

устойчивости энергосистемы в различных сферах применения. Соответствие последовательности этапов развития технических систем в структуре электроэнергетического комплекса для развития труднодоступных и изолированных территорий России на примере атомной генерации иллюстрирует реализацию общих законов развития технических систем. На этапе синтеза технической системы осуществляется создание отдельных компонентов и систем, разработка и последующее внедрение атомных станций малой мощности, начало функционирования опытных образцов на удаленных территориях. Увеличение полезной функции по мере развития технической системы выражается в увеличении валовой мощности для удовлетворения растущего спроса на электроэнергию в труднодоступных регионах при одновременном снижении габаритов отдельных реакторных установок, создании линейки генерации с различной мощностью для различных групп потребителей, разработка генерации с различными вариантами размещения (наземный, подводный, плавучий, подземный). Возникающие технические противоречия при изменении характеристик атомных станций малой мощности требуют решения проблем, связанных с безопасностью, экологией, обслуживанием и другими аспектами. Снижение экономической эффективности вследствие дополнительных высоких затрат на проведение научных исследований, инженерных разработок, поиск инновационных решений для улучшения технических характеристик атомных станций малой мощности, оптимизацию технических параметров может препятствовать внедрению опытных образцов в серийное производство. На этапе возможного внедрения в массовое производство обеспечивается внесение изменений для достижения экономической эффективности: внедрение улучшений в техническую систему, адаптация к требованиям безопасности и экологической устойчивости, что в итоге позволяет достигнуть эффективности в обеспечении электроэнергией труднодоступных территорий, при этом учитывая экономические аспекты и потребности общества.

Закон масштабирования (Dennard's Scaling Theory), разработанный в 1974 году Р. Деннардом [9], также известный как закон удвоения числа транзисторов, формулирует наблюдение (Г. Мур, 1965 год), что приблизительно каждые два года число транзисторов на кристалле интегральной схемы удваивается [10]. Этот закон был сформулирован Д. Деннардом и стал ключевым элементом развития полупроводниковой промышленности и компьютерных технологий. Закон масштабирования отражает явление, когда при изменении масштаба объекта сохраняются его ключевые характеристики или функции, в том числе при уменьшении объектов их свойства сохраняются. Этот принцип проявляется как в биологических, так и в технических системах. Применение закона Деннарда позволяет электронным системам становиться меньше по размерам, более быстрыми и энергоэффективными с течением времени. Несоблюдение Закона Деннарда возникает на этапе достижения технического предела выделяемой мощности процессора (англ. power wall), после которых процессоры перегреваются, снижается их производительность. Такие ограничения дальнейшего роста тактовой частоты процессоров привели к тому, что производители обратились к другой альтернативе: производству многоядерных процессоров. В контексте уменьшения размеров компьютеров закон масштабирования проявляется до определенных пределов. По мере развития технологий и миниатюризации компонентов, компьютеры становятся всё более компактными и портативными, сохраняя при этом функциональность и производительность. Таким образом, уменьшение размеров компьютеров с сохранением их вычислительных возможностей и возможностей связи является примером раскрытия закона масштабирования в техноэволюции. Проявление закона масштабирования в ходе биологической эволюции демонстрирует данный принцип наиболее наглядно. Так, например, эпоха динозавров закончилась вымиранием животных впечатляющих размеров, на смену которым пришли более мелкие животные. При этом ключевые адаптации и стратегии выживания сохранились, позволив новым видам успешно развиваться в изменяющихся условиях.

Результаты

Принципы, вытекающие из закона Деннарда, определили траекторию развития технологий на несколько десятилетий вперед. Примеры проявления эффектов масштабирования в электроэнергетике через закон Деннарда иллюстрирует перспективные возможности повышения экономической эффективности, производительности, энергоэффективности, функциональных возможностей энергетических систем за счет изменения их масштаба. Для повышения производительности систем и устройств требуется увеличивать плотность компонентов, повышать рабочую частоту и снижать энергопотребление. Эти же принципы применяются сейчас при уменьшении размеров и повышении эффективности малых атомных электростанций, используемых в труднодоступных и северных регионах. Атомные станции малой мощности (АСММ), в англоязычной литературе употребляемый термин Small Modular Reactors (SMR), имеют высокие шансы занять лидирующие позиции в линейке генерации на труднодоступных и северных территориях за счет реализации их конкурентных преимуществ в контексте эффектов масштабирования. В оценке конкурентных преимуществ атомных станций малой мощности по сравнению с атомными станциями стандартных размеров преобладают факторы, выделенные в таблице (таблица).

Таблица

Конкурентные ценности АСММ

| Конкурентные ценности | Характеристики |
|--|---|
| Высокая степень транспортной мобильности | ~ 160–1100 т (в зависимости от варианта размещения) |
| Сжатые сроки строительства | 24–36 месяцев |
| Альтернативный подход к перегрузке ядерного топлива | Перегрузка совместно с РУ Перегрузка на площадке АСММ |
| Гибкость по наращиванию генерирующей мощности | 1 МВт, 2×1 МВт, 3×1 МВт 4 МВт, 2×4 МВт, 3×4 МВт, ... 9 МВт, 2×9 МВт, 3×9 МВт, ... 40 МВт, 2×40 МВт, 3×40 МВт, ... |
| Использование компонентов референтных транспортных установок | Ледоколы "Седов", "Адмирал Макаров", Ленин, Россия, 50 лет Победы, ПАТЭС, УАЛ |
| Оптимизация капитальных затрат | CAPEX ~58–260 млн долл. |
| Оптимизация стоимости эксплуатации | OPEX ~4–13 млн долл. в год |
| Возможность серийного заводского изготовления | Сокращение сроков изготовления модулей начиная с 3-го модуля |

Составлено автором с использованием материалов презентации Жаркова О.Б. на 3-ей ежегодной научно-практической конференции СПО атомной отрасли «АтомСтройСтандарт». Уменьшение размеров атомных электростанций (АЭС) может осуществляться путем интеграции новых технологий с усовершенствованием процессов. Например, разработка компактных реакторов, которые способны обеспечивать высокую производительность на небольшой площади. Увеличение плотности энергетических процессов и компонентов внутри АЭС позволяет получать больше энергии на единицу площади. Кроме того, современные разработки в области ядерной энергетики также направлены на снижение энергопотребления и повышение

эффективности использования радиоактивных материалов. Это включает в себя создание более эффективных систем охлаждения, снижение энергопотребления для более эффективного производства электроэнергии, улучшение процессов безопасности и минимизацию влияния на окружающую среду.

Обсуждение

Закон масштабирования в электроэнергетике отражает взаимосвязь между размерами энергетических систем и их эффективностью, производительностью и другими характеристиками. Масштабирование может осуществляться как по вертикали (упрочнение), так и горизонтали (расширение), причем последнее стало широко распространено с внедрением кластеров и других систем, состоящих из множества однородных узлов, а также с процессами серийного производства. Потребность в масштабировании обусловлена несколькими факторами:

- нарастающая нагрузка – система должна эффективно обрабатывать постоянно возрастающее количество пользователей;
- растущий объем цифровых данных – система должна успешно обрабатывать стремительно накапливающуюся информацию;
- повышение производительности – система должна обеспечивать необходимый уровень продуктивности без потребности в радикальном пересмотре.

Идеальная техническая система – это система, в которой масса, размеры и энергопотребление стремятся к нулю, но при этом её способность выполнять работу не уменьшается. Идеализация представляет собой процесс стремления к совершенству и оптимизации всех аспектов работы атомных станций, как технических систем [5].



Рис. 1. Структура процесса идеализации технических систем (составлено автором)

Ее роль в повышении конкурентоспособности АСММ проявляется в следующих аспектах. Идеализация способствует созданию более эффективных, надежных и безопасных технических решений [7]. Это позволяет снизить риски аварий и сбоев, повысить производительность и увеличить срок службы оборудования. Стремление к идеализации побуждает к разработке и внедрению инновационных технологий в работу АСММ. Это включает в себя использование цифровых систем управления, развитие энергоэффективных решений и улучшение процессов хранения и утилизации радиоактивных отходов (рис. 1). Идеализация направлена на создание экологически чистых процессов производства электроэнергии. Благодаря использованию передовых методов очистки выбросов и сбросов, АСММ становятся более экологически безопасными и соответствующими международным стандартам. Путем оптимизации технологических процессов и функций идеализация способствует более эффективному использованию ресурсов, таких как топливо, вода и энергия [8]. Это приводит к снижению эксплуатационных расходов и повышению экономической эффективности АСММ. Выражение параметров идеализации посредством экономических показателей возможно через критерий выровненной (нормированной, приведенной) стоимости электроэнергии. LCOE, или уровень стоимости электроэнергии (Levelized Cost of Energy), является показателем, который используется для определения стоимости производства единицы электроэнергии в течение всего срока эксплуатации энергетической установки. Формула расчета LCOE в лингвистическом описании выглядит следующим образом:

$$LCOE = \frac{(\text{Срок службы установки} * (\text{Инвестиции} + \text{Расходы на эксплуатацию} + \text{Расходы на топливо} + \text{Расходы на обслуживание} + \text{Расходы на утилизацию}) - \text{Сумма возвратных средств})}{\text{Суммарная произведенная электроэнергия за весь срок службы}} \quad (1)$$

где:

Срок службы установки – срок, в течение которого энергетическая установка будет эксплуатироваться;

Инвестиции – затраты на строительство и запуск установки;

Расходы на эксплуатацию – операционные расходы, включая оплату труда, страхование, амортизацию оборудования и другие расходы на обслуживание установки;

Расходы на обслуживание – расходы на техническое обслуживание и текущий ремонт установки;

Расходы на утилизацию – расходы на вывод установки из эксплуатации и утилизацию;

Сумма возвратных средств – сумма, полученная от продажи излишков электроэнергии или другие возвратные доходы;

Суммарная произведенная электроэнергия за весь срок службы – ожидаемое количество произведенной электроэнергии за весь срок эксплуатации установки.

Анализ LCOE показывает, что крупные компании, способные использовать экономию от масштаба и эффективную цепочку поставок, будут оставаться лидерами в развитии новых возобновляемых источников энергии. Уменьшение LCOE для ведущих компаний в области возобновляемой энергетики по сравнению с менее крупными или местно-ориентированными фирмами свидетельствует о преимуществах крупных компаний. Это может привести к дальнейшей консолидации в отрасли, а также к созданию новых бизнес-моделей и стратегий для оптимизации цепочки поставок и увеличения масштаба деятельности с учетом этих факторов [11]. При расчете показателя нормированной стоимости электроэнергии необходимо учитывать временной фактор стоимости денег [12]. Расчет LCOE позволяет сравнивать стоимость производства электроэнергии разных источников, таких как солнечная энергия, ветроэнергетика, ядерная энергетика и другие, и выбирать наиболее экономически выгодные решения для производства электроэнергии. Сравнительный анализ различных источников малой атомной генерации по соотношению показателей установленной мощности (МВт) и LCOE (долл./кВт*ч) проведен по четырем технологическим решениям (рис. 2), включающим модели реакторов: АБВ-6М, ШЕЛЬФ 9 МВт, РИТМ – 200 45 МВт, модульная структура РИТМ-200 из 5 АСММ.

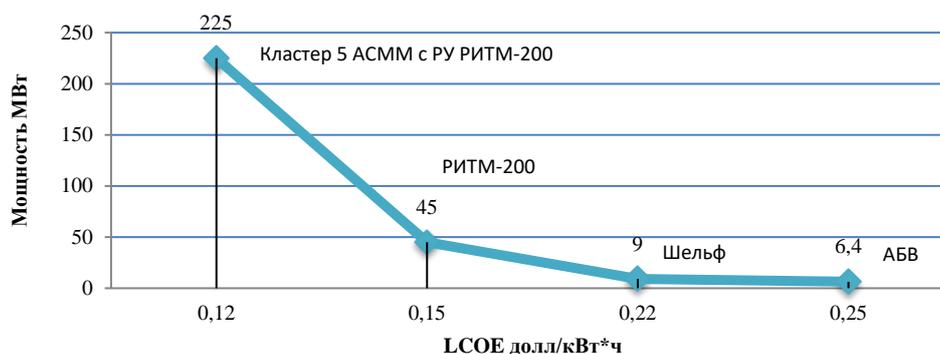


Рис. 2. Соотношение параметров мощности АСММ с нормированной стоимостью электроэнергии (составлено автором)

1. Реактор АБВ-6М – это реактор интегрального типа, разработанный для использования в атомных электростанциях. Этот тип реактора характеризуется особым строением, в котором реакторный блок, системы безопасности и системы охлаждения объединены в единую конструкцию – интегральный блок, что упрощает конструкцию реактора и улучшает его эффективность. Реактор АБВ-6М имеет мощность от 3,5 до 10,0 МВт до и предназначен для работы на уран-235 в качестве топлива. Он оснащен системами *passively safe design* (конструкция с пассивной безопасностью), которые позволяют обеспечить безопасное отключение реактора даже при отсутствии активного участия операторов. Кроме того, реактор АБВ-6М обладает высокой эффективностью в производстве электроэнергии, надежностью и долговечностью. Его использование позволяет обеспечивать стабильное и надежное производство электроэнергии при минимальных рисках и высоком уровне безопасности энергосистемы. При дальнейшей оптимизации проекта АБВ-6М ключевыми направлениями являются повышение мощности в три раза без изменения размеров и веса, увеличение запаса энергии на горизонте 20 лет с использованием отечественного оборудования, внедрение модульности и оптимизация всех систем.

2. ШЕЛЬФ 9 МВт. Атомный реактор ШЕЛЬФ мощностью 9 МВт представляет собой компактный ядерный реактор, способный генерировать до 9 МВт электрической мощности. Атомный реактор ШЕЛЬФ 9 МВт может использоваться как для генерации электроэнергии, так и для обеспечения тепловой энергией в различных отраслях, например, в промышленности или научных исследованиях. Его компактный размер позволяет устанавливать такие реакторы на ограниченных по площади объектах или даже в подводных условиях.

3. РИТМ – 200 45 МВт – водо-водяной ядерный реактор, предназначенный для установки на ледоколах и перспективных плавучих атомных электростанциях. РИТМ-200 выполнен по двухконтурной схеме. Отличительной особенностью реактора являются 4 парогенератора, интегрированные в корпус активной зоны. Реактор показал высокую эффективность и абсолютную безопасность на всех этапах жизненного цикла.

4. Экономические показатели установки на базе ядерного реактора РИТМ-200 из 5 АСММ позволят получить наилучший показатель LCOE – 0,12 долл./кВт*час. Реакторы данных типов предназначены для использования на АСММ, обладают высокой эффективностью и компактностью, что делает их привлекательным в качестве источника энергии для удаленных районов или объектов с ограниченным доступом к традиционным источникам энергии.

Заключение

По мнению автора, экономическая эффективность технологических решений достижима при положительной динамике конкурентных преимуществ технической системы. Параметры технического решения с прямо пропорциональной зависимостью на графике идеализация-масштабирование в ходе развития технических систем будет свидетельствовать об экономической эффективности такого решения и получении положительного эффекта закона масштабирования. Сравнительный анализ различных технологических решений АСММ по значениям LCOE в зависимости от мощности вследствие уменьшения габаритных размеров и массы генерирующих установок выявил отрицательный эффект масштаба на данном этапе технологического развития. В результате проведенного исследования автором сделан вывод о том, что при дальнейшей оптимизации проектов атомных станций малой мощности для использования в труднодоступных и северных регионах ключевыми направлениями являются кратное повышение мощности без изменения размеров и веса, увеличение запаса энергии на горизонте 20-30 лет с использованием отечественного оборудования, внедрение модульности и оптимизация всех систем.

Литература

1. Альтшуллер Г.С. О законах развития технических систем. – Баку, 1977.
2. Вopilовский С.С. Стратегические тренды энергетического развития северных территорий России // Арктика и Север, 2022. – № 49. – С. 23–37.
3. Злотин Б.Л., Зуслан А.В. Законы развития и прогнозирование технических систем: методические рекомендации. – Кишинев: Карта Молдовеняскэ, 1989. – 114 с.
4. Иванов А.В., Складчиков А.А., Хренников А.Ю. Развитие электроэнергетики арктических регионов Российской Федерации с учётом использования возобновляемых источников энергии // Российская Арктика, 2021. – № 13. – С. 62-80.
5. Петров В.М. Идеализация технических систем // Областная научно-практическая конференция «Проблемы развития научно-технического творчества ИТР». Тезисы докладов. Горький, 1983. – С. 60-62.
6. Порфирьев Б.Н., Шилов А.А., Колпаков А.Ю., Единак Е.А. Возможности и риски политики климатического регулирования в России // Вопросы экономики, 2022. – № 1. – С. 72–89.
7. Саламатов Ю.П. Система законов развития техники. (Основы теории развития технических систем). Книга для изобретателя, изучающего ТРИЗ – теорию решения изобретательских задач. // Institute of innovative design Красноярск, 1996. – 163 с.
8. Функционально-стоимостный анализ в электротехнической промышленности / Под ред. М.Г. Карпунина. – М.: Энергоатомиздат, 1984. – 288 с.
9. Dennard, Robert H.; Gaensslen, Fritz; Yu, Hwa-Nien; Rideout, Leo; Bassous, Ernest; LeBlanc, Andre. Design of ion-implanted MOSFET's with very small physical dimensions // IEEE Journal of Solid State Circuits. – 1974.

10. Gordon E. Moore. No Exponential is Forever: But "Forever" Can Be Delayed! // 2003 IEEE International Solid-State Circuits Conference, 2003.
11. 2023 Levelized Cost Of Energy+". Lazard. 12 April 2023. p. 9. Archived from the original on 27 August 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lazard.com/research-insights/2023-levelized-cost-of-energyplus/>.
12. Loewen, James; Gagnon, Peter; Mai, Trieu. "A resolution to LCOE is not the metric you think it is". Utility Dive. Retrieved 7 October 2020.

**МЕТОДИКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТОВ
БОЛЬШИХ ДАННЫХ В ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ,
ИНТЕГРИРУЮЩИХ УЧАСТНИКОВ ГРУЗОВЫХ СМЕШАННЫХ ПЕРЕВОЗОК**

I.M. Gulyi

**A METHODOLOGY FOR THE ECONOMIC ASSESSMENT
OF THE EFFECTS OF BIG DATA IN DIGITAL PLATFORMS
INTEGRATING PARTICIPANTS IN MULTIMODAL FREIGHT TRANSPORT**

Ключевые слова: большие данные, экономическая оценка, платформенные решения, цифровые платформы, смешанные перевозки, транспортно-логистический рынок, цифровая логистика, транспортные услуги.

Keywords: big data, economic assessment, platform solutions, digital platforms, intermodal transport, transport and logistics market, digital logistics, transport services.

Цель: разработка методики экономической оценки эффектов больших данных в цифровых платформах, интегрирующих участников грузовых смешанных перевозок. Обсуждение: в статье рассматриваются методы: стохастический анализ, анализ динамических рядов показателей, табличная и графическая интерпретация данных. Чем больше трансформация транспортных и логистических компаний в направлении системного ИТ-элемента внутри транспортной системы (отдельное ИТ-направление рынка транспортных услуг), тем больше доля доходов от соответствующих услуг, связанных с коммерческим оборотом технологий больших данных. Результаты: подтверждена гипотеза о наличии экономических эффектов больших данных и возможности их измерения, предложена методика экономической оценки эффектов больших данных в цифровых платформах, интегрирующих участников грузовых перевозок, позволяющая количественно оценить значения объемов хранения, обработки и анализа данных в цифровых платформах участников смешанных перевозок на изменения операционных параметров и качественных характеристик деятельности транспортно-логистических компаний, которые тесно сопряжены с большими данными, аккумулируемыми цифровыми платформами.

Purpose: development of a methodology for economic assessment of the effects of big data in digital platforms integrating participants in multimodal freight transport. Discussion: the article discusses methods: stochastic analysis, analysis of time series of indicators, tabular and graphical interpretation of data. The greater the transformation of transport and logistics companies towards a systemic IT element within the transport system (a separate IT direction of the transport services market), the greater the share of income from the corresponding services related to the commercial circulation of big data technologies. Results: the hypothesis about the presence of economic effects of big data and the possibility of their measurement was confirmed, a methodology was proposed for economic assessment of the effects of big data in digital platforms integrating participants in multimodal freight transport, allowing to quantify the values of the volumes of storage, processing and analysis of data in the digital platforms of intermodal transport participants on changes in operational parameters and qualitative characteristics of the activities of transport and logistics companies, which are closely related to big data accumulated by digital platforms.

Электронный адрес: ilya.gulyi@mail.ru

Введение

При очевидности и гипотетической предопределенности наличия весомых значительных эффектов внедрения технологий больших данных, циркулирующих, генерируемых и дополняемых внутри цифровых платформенных решений, отсутствует целостная, востребованная в научном и хозяйственно-практическом пространстве методология экономической оценки соответствующих эффектов, что, в свою очередь, затрудняет практическую сторону принятия решений об инвестировании в проекты платформенных решений и разработку аппаратно-программных средств реализации технологий генерирования, обработки, анализа и применения больших данных.

Методы

В основу проведенного исследования мы закладываем официальные статистические данные, собранные с транспортных и логистических организаций, согласно форме 3-Информ «Использование цифровых технологий и производство связанных с ними товаров и услуг», параметры операционной и финансовой деятельности участников транспортно-логистического рынка, внедряющих платформенные решения, данные аналитической компании АНО «Цифровая логистика». Теоретико-методологической основой статьи выступает теория цифровых (информационных) и транспортных систем, в частности, теория интеллектуальных транспортных систем, теория отраслевых рынков и ее составляющая – теория и методология изучения интеграционных рыночных процессов рыночных агентов, взаимодействующих на конкурентных рынках в цифровых электронных средствах обмена данными. Часть исследований, которые способствовали формированию результатов проведенного исследования, представлены в работах Асадуллиной А.В. [1], Волковой Е.М. [2,3], Голевой Л.Н., Малышева В.П. [4], Дятлова С.А. [5], Егоров Ю.В. [6,7], Журавлевой Н.А. [8,9], Малахова В.А., Хохлова Ю.Е., Шапошник С.Б., Юревич М.А. [10], Чеченовой Л.М. [2,13] и других.

Результаты

Мы предлагаем методику экономической оценки эффектов больших данных в цифровых платформах, обеспечивающих взаимодействие, бизнес-коммуникацию и онлайн-реализацию отдельных бизнес-процессов, основанную на возможности применения алгоритмов статистического измерения количественных и производных качественных показателей оценки. Преимуществами предлагаемой методики экономической оценки являются следующие аргументы:

– использование статистического материала, накапливаемого на статистических базах данных национальных статистических служб, ведомств;

– мультиотраслевая специфика проведения оценки, заключающаяся в оценивании эффектов больших данных не только для отдельного участника транспортной системы и рынка транспортно-логистических услуг, но и для связанных с ним контрагентов, включая участников рынка больших данных (ИТ-компаний-разработчиков), клиентов, государственных органов и ведомств, а также субъектов рынка, косвенно связанных с транспортными и логистическими компаниями;

– учет в методике как прямых, явных, так и косвенных экономических эффектов, что повышает качество и достоверность оценки;

– использование математических инструментов выбора и отбора показателей оценки, количественных методов расчета показателей эффектов;

– учет факторов, влияющих на экосистему взаимодействующих компаний, использующих в рамках обеспечения исполнения заказов по доставке товаров по технологиям смешанных (мультимодальных) перевозок, таких, как: наличие общих цифровых каналов взаимодействия, интеграция отдельных автоматизированных систем и сервисов между собой, передача аккумулируемых автоматизированными системами и цифровыми платформами данных для создания единой среды обмена данными для всех участников рынка транспортно-логистических услуг.

Обоснование выбора показателей, используемых в методике. Предлагаемая авторская конструкция методики опирается на группировку используемых показателей по следующим составляющим (группам показателей).

1. Экономические эффекты для отдельных участников рынка транспортно-логистических услуг, отражающие снижение отдельных статей расходов, повышение производительности на одного работника транспорта, рост ресурсоотдачи активов, повышение объемов генерируемой прибыли, улучшение иных прямых экономических индикаторов.

2. Экономические эффекты, обусловленные появлением в компаниях нового направления бизнеса (ИТ-решений, разрабатываемых транспортными и логистическими организациями, реализация востребованных различными рынками решений, основанных на использовании программных алгоритмов и аппаратных решений по обработке и анализу больших массивов данных).

3. Экономические эффекты, оценивающие влияние технологий Big Data на параметры развития инновационной деятельности по предложению на рынке новых услуг, продуктов, сервисов и технологических разработок.

4. Экономические эффекты, имеющие косвенную природу, заключающиеся в оптимизации цепочек поставок, появлении дополнительного потребления, обусловленного встраиваемыми внутри цепочек поставок возможностями быстрого обмена данными, получения большего объема добавленной стоимости за счет образования дополнительных денежных потоков при реализации резервов, реализуемых исключительно наличием у участников рынка технологий больших данных, циркулирующих внутри цифровых платформ.

Проведем отбор показателей оценки экономических эффектов применительно для каждой обозначенной выше группы. Выберем факторный показатель, влияние которого необходимо оценить на изменение операционных и финансовых индикаторов (снижение отдельных статей расходов, прирост объемов прибыли, повышение производительности труда и др.). Исходя из имеющихся наличных индикаторов, измеряемых для всех организаций, данные по которым представляются официально Росстатом, определим в качестве факторных показателей следующие: «Объем данных, который организации способны хранить и обрабатывать имеющимися ресурсами хранения, обработки и анализа данных» и «Объем данных внешних пользователей, которые организации хранят, обрабатывают и анализируют». Первый показатель оценивает масштаб используемых организациями данных, – оценивает объем данных, генерируемых внутри цифровых платформ взаимодействия с клиентами и иными контрагентами (поставщиками, обслуживающими и сервисными компаниями, провайдерами, логистическими посредниками, различными партнерами).

Для соблюдения сопоставимости данных по различным организациям и необходимости учета различных масштабов деятельности, приведем обозначенные показатели к удельным. Для этого абсолютные значения показателей приведём в расчете на одного работника (либо на единицу активов организаций, на величину добавленной стоимости или иную величину, обеспечивающую сопоставимость данных). Проведем верификацию гипотезы об образовании экономического эффекта больших данных, генерируемых, обрабатываемых и используемых в организациях, на основе сопоставления отчетных данных по операционным параметрам, показателя инновационной активности, бизнес-активности, данным по конечному потреблению услуг. Данные по соответствующим показателям при сопоставлении выбраны по видам деятельности (ОКВЭД) внутри укрупненной группы «Транспортировка и хранение».

1. Влияние объема больших данных и данных клиентов на изменение прибыли компаний. Данные рис. 1 подтверждают наличие прямой статистической связи между параметрами объема хранения и обработки данных и темпами изменения прибыли компаний до налогообложения. При этом показатели в разрезе ОКВЭД имеют в среднем корреляцию в значении 80%.

2. Уточнение влияния объема накопленных, обрабатываемых и использованных данных на изменение финансовых результатов деятельности (по показателю доходов от оказания услуг). Рис. 2 подтверждает прямую связь показателей объемов данных и динамики доходов от реализации транспортно-логистических услуг. Таким образом, статистически верифицировано наличие прямого эффекта от внедрения технологий хранения, обработки и анализа больших данных и их тиражирования на экономический рост компаний – прирост доходов.

3. Числовая верификация достоверности влияния объемов накапливаемых и анализируемых данных на уровень административных и коммерческих расходов организаций. Нами также выявлено наличие обратной статистической зависимости между объемом хранимых, обрабатываемых и анализируемых данных и долей коммерческих и управленческих расходов в доходах транспортных и логистических организаций.

4. Влияние объема больших данных и данных клиентов компаний на формирование дополнительного денежного потока – доходов от оказания услуг по хранению и обработке больших данных. Эмпирически установлено наличие прямой статистической связи между объемом накапливаемых и используемых данных и удельным весом (долей) доходов от предоставленных ИТ-услуг по хранению и обработке данных. Таким образом, чем больше трансформация транспортных и логистических компаний в направлении системного ИТ-элемента внутри транспортной системы (отдельное ИТ-направление рынка транспортных услуг), тем больше доля доходов от соответствующих услуг, связанных с коммерческим оборотом технологий больших данных.

5. Определили и наличие прямой статистической связи между масштабами хранения и обработки данных и индикаторами инновационной деятельности (с коэффициентом корреляции 0,68, т.е. связь является статистически значимой).

6. Завершающим верифицируемым на наличие результативности влияния технологий Big Data параметром является уровень оптимизационного воздействия на управление цепочками поставок за счет высокой скорости планирования и организации смешанных (мультимодальных) перевозок в каналах цифровых платформ, реализации возможностей электронного алгоритмизированного поиска имеющихся резервов оптимальной организации поставки и выполнения заказов на перевозки.

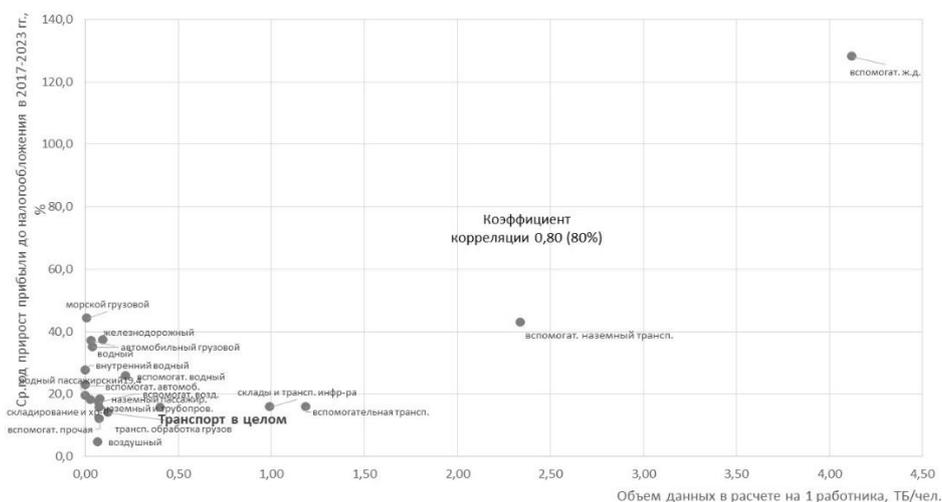


Рис. 1. Распределение значений объемов хранимых и обрабатываемых данных (2022 год) и среднегодового прироста прибыли до налогообложения (в 2017-2023 гг.) в разрезе ОКВЭД транспорта России (рассчитано и построено автором на основе [11])

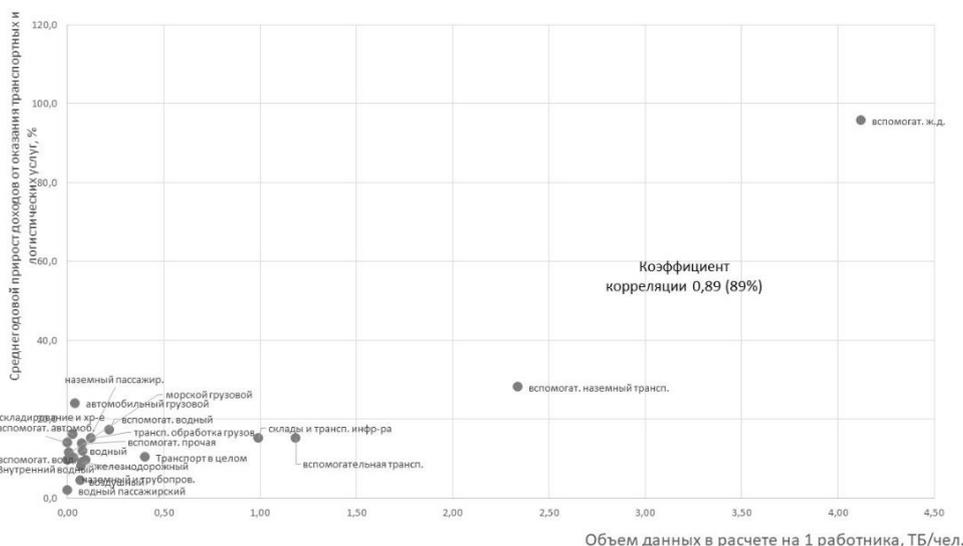


Рис. 2. Распределение данных по объему хранимых, обрабатываемых и анализируемых данных (показатель 2022 года) и среднегодового прироста доходов от оказания транспортных и логистических услуг (данные за 2017-2023 гг.) (рассчитано и построено автором на основе [11])

Обсуждение

Далее формализуем качественные параметры оценки организациями транспортной отрасли воздействия технологий сбора, обработки и анализа больших данных на отдельные параметры улучшения деятельности и повышения эффективности транспортных организаций. Нами установлено, что технологии сбора, обработки и анализа больших данных, аккумулируемых цифровыми платформами, облачными технологиями и вычислениями в облачных хранилищах данных, в наибольшей степени оказывают влияние в транспортной отрасли на качественные параметры: «производство услуг с новыми потребительскими характеристиками, качество услуг» и «эффективность процессов взаимодействия с контрагентами (скорость / адаптивность / гибкость процессов, персонализация)». В таблице систематизированы показатели, описывающие источники возникновения экономического эффекта и формулы, связывающие значения факторной переменной (удельного значения объемов хранимых, обрабатываемых и анализируемых больших данных).

Конкретизируем методические положения, согласно выведенному перечню показателей и поясним показатели расчета экономического эффекта. Экономический эффект, благодаря влиянию объема аккумулируемых данных в цифровых платформах компаний, на экономический рост, измеряемый по темпу ежегодного прироста доходов от оказания услуг (величина Э₁).

$$Э_1 = (8,6171 + 16,84*((Д_{уд1} - Д_{уд0}))) * Э_{приб./в} * П_{баз} * λ, \tag{1}$$

где:

Д_{уд0} и Д_{уд1} – величина объема хранимых, обрабатываемых и анализируемых данных в платформенных цифровых корпоративных технологических решениях соответственно до реализации мероприятий по увеличению объемов хранимых, обрабатываемых и анализируемых данных в корпоративных платформах и после расширения объемов данных;

Э_{приб./в} – коэффициент эластичности, показывающий процентное изменение прибыли транспортно-логистической компании до налогообложения при изменении доходов компании на 1%;

П_{баз} – базовое значение прибыли транспортно-логистической компании до мероприятий по увеличению объемов хранимых и анализируемых данных в цифровых платформах;

λ – коэффициент приведения, учитывающий изменение факторного показателя за счет всех иных факторов, не связанных с функционированием в компании технологий больших данных (принимается эмпирически λ = 0,15, т.е. динамика результативного показателя обусловлена факторным на 15%).

Таблица

Систематизация показателей, оценивающих экономический эффект внедрения технологий больших данных, приведение формул связи параметров больших данных и экономического эффекта

| Результативный показатель – источник возникновения экономического эффекта | Обозначение | Значение парного коэффициента корреляции с параметром объема данных в расчете на 1 работника | Формула связи факторного параметра с соответствующим результативным |
|--|-------------|--|---|
| Среднегодовой прирост доходов от оказания транспортных и логистических услуг, % | Y1 | 89% | Y1 = 8,6171 + 16,84*x |
| Среднегодовой прирост прибыли до налогообложения, % | Y2 | 80% | Y2 = 18,28 + 20,147*x |
| Удельный вес (доля) коммерческих и управленческих расходов в доходах от оказания транспортных и логистических услуг, % | Y3 | -53% | Y3 = 7,5546 - 0,8909*x |
| Удельный вес инновационных услуг в среднем в год, % | Y4 | 69% | Y4 = 0,4475 + 0,292*x |
| Доля доходов от оказания услуг по хранению и обработке данных в доходах, % | Y5 | 89% | Y5 = 0,3239 + 0,5308*x |
| Влияние на эффективность процессов взаимодействия с контрагентами (скорость/адаптивность/гибкость процессов, персонализация) (по охвату положительно оценивших влияние организаций транспортной отрасли) | Y6 | 60% | Y6 = 23,471 + 1,4945*x |
| Влияние на производство услуг с новыми потребительскими характеристиками, качество транспортных и логистических услуг (по охвату положительно оценивших влияние организаций транспортной отрасли) | Y7 | 63% | Y7 = 14,326 + 2,1565*x |

Примечание: x – значение показателя объема хранимых, обрабатываемых и анализируемых данных в расчете на одного среднесписочного работника организации (организаций).

Экономический эффект, обусловленный реализацией резервов повышения прибыли компании, на основе возможностей, заложенных алгоритмами анализа больших данных, наилучшего использования ресурсов компаний (величина Э₂).

$$\text{Э}_2 = (18,28 + 20,147 * (D_{уд1} - D_{уд0})) / 100 * P_{баз} * \lambda \quad (2)$$

Экономический эффект, выраженный в уменьшении управленческих и коммерческих расходов, на основе дополнения большими данными процедур принятия управленческих решений и процессов взаимодействия с клиентами (величина Э₃).

$$\text{Э}_3 = (7,5546 - 0,8909 * (D_{уд1} - D_{уд0})) * V_{баз} * \lambda, \quad (3)$$

где:

V_{баз} – базовое значение доходов (выручки) транспортно-логистической компании до мероприятий по увеличению объемов хранимых и анализируемых данных в цифровых платформах.

Экономический эффект, обусловленный интенсификацией внедрения инновационных видов услуг, благодаря технологиям больших данных (величина Э₄).

$$\text{Э}_4 = (0,4475 + 0,292 * (D_{уд1} - D_{уд0})) * V_{баз} * P_{инн} / 100 * \lambda, \quad (4)$$

где:

P_{инн} – средневзвешенное значение рентабельности продаж оказанных инновационных видов транспортных и логистических услуг, %.

Экономический эффект, обусловленный генерированием дополнительных денежных потоков от реализации услуг по хранению и обработке данных и распространению практики платформенного взаимодействия участников рынка транспортных услуг отдельными организациями-разработчиками технологий (величина Э₅).

$$\text{Э}_5 = (0,3239 + 0,5308 * (D_{уд1} - D_{уд0})) * V_{баз} * P_{хр.д} / 100 * \lambda, \quad (5)$$

где:

P_{хр.д} – средневзвешенное значение доходности (рентабельности по доходам) от оказания дополнительных услуг по предоставлению цифровых сервисов, тиражированию цифровых инструментов и предоставлению услуг хранения и обработки данных собственными мощностями компании для сторонних заказчиков, %.

Экономический эффект улучшения процессов взаимодействия с контрагентами (скорость / адаптивность / гибкость процессов, персонализация) (величина Э₆).

$$\text{Э}_6 = (23,471 + 1,4945 * (D_{уд1} - D_{уд0})) * P_{баз} * \text{Э}_{\text{приб./взаим}} * \lambda, \quad (6)$$

где:

Э_{приб./взаим} – эмпирический коэффициент, показывающий эластичность прироста среднегодовой операционной прибыли компании при увеличении доли положительного воздействия технологий больших данных внутри корпоративных платформенных решений на улучшение процессов взаимодействия с контрагентами, среди всех участников транспортной отрасли, на 1%.

Экономический эффект, обусловленный возможностью внедрения транспортных и логистических услуг с новыми потребительскими характеристиками, повышения качества оказываемых услуг (величина Δ_7).

$$\Delta_7 = (14,326 + 2,1565 * (\Delta_{уд1} - \Delta_{уд0})) * P_{баз} * \Delta_{приб./кач} * \lambda, \quad (7)$$

где:

$\Delta_{приб./кач}$ – эмпирический коэффициент, показывающий эластичность прироста среднегодовой операционной прибыли компании при увеличении доли положительного воздействия технологий больших данных внутри корпоративных платформенных решений на улучшение процессов интенсивности внедрения транспортных и логистических услуг с новыми потребительскими характеристиками, повышение качества оказываемых услуг, на 1%.

Заключение

Выполненное исследование является результатом подтверждения гипотезы о наличии экономических эффектов больших данных и возможности их измерения. Предложенная методика экономической оценки эффектов больших данных в цифровых платформах, интегрирующих участников грузовых смешанных перевозок позволила верифицировать источники получения экономических эффектов цифровых технологий больших данных, увязать количественно на основе числовых формул значения объемов хранения, обработки и анализа данных в цифровых платформах, с операционными количественными параметрами и качественными характеристиками деятельности транспортно-логистических компаний, изменение которых тесно сопряжено с большими данными, аккумулируемыми цифровыми платформами.

Литература

1. Асадуллина А.В. Микроэкономические основы цифровых платформ // Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований. Материалы X Международной научно-практической конференции. Уфа, 2021. – С. 16-21.
2. Волкова Е.М. Оценка экономических эффектов предоставления мультимодальных транспортных услуг // Экономика железных дорог, 2020. – № 4. – С. 27-35.
3. Волкова Е.М. Развитие мультимодальных транспортных услуг в региональных пассажирских перевозках в долгосрочной перспективе // Тренды экономического развития транспортного комплекса России: форсайт, прогнозы и стратегии. Труды национальной научно-практической конференции, 2018. – С. 64-67.
4. Голева Л.Н., Малышев В.П. Экономический эффект от применения больших данных в управлении предприятием // Столыпинский вестник, 2023. – Т. 5. – № 7.
5. Дятлов С.А. Сетевые эффекты в цифровой экономике // Экономика и управление: проблемы, решения, 2018. – Т. 8. – № 5. – С. 22-28.
6. Егоров Ю.В. Влияние характера конкурентной среды в сфере предоставления грузовых вагонов в России на цены перевозимых грузов // Сибирская финансовая школа, 2016. – № 5. – С. 8-12.
7. Егоров Ю.В. Влияние цифровизации на развитие тарифных систем на железнодорожном транспорте // Развитие экономической науки на транспорте: экономическая основа будущего транспортных систем. Сборник научных статей VII международной научно-практической конференции. Под ред. Н.А. Журавлевой, 2019. – С. 280-286.
8. Журавлева Н.А. Эволюция отраслевой экономической науки // Экономика железных дорог, 2012. – № 9. – С. 23.
9. Журавлева Н.А., Панычев А.Ю. Проблемы экономической оценки скорости в транспортно-логистических системах в новом технологическом укладе // Транспортные системы и технологии, 2017. – Т. 3. – № 4. – С. 150-178.
10. Малахов В.А., Хохлов Ю.Е., Шапошник С.Б., Юревич М.А. Большие данные: социальные и экономические эффекты // Информационное общество, 2021. – № 4-5. – С. 132-149.
11. Результаты федерального статистического наблюдения по форме № 3-информ «Сведения об использовании цифровых технологий и производстве связанных с ними товаров и услуг» [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru>.
12. Чеченова Л.М. Перспективы развития контейнерных грузоперевозок в системе цепей поставок // Бюллетень результатов научных исследований, 2022. – № 1. – С. 140-151.
13. Чеченова Л.М. Цифровая трансформация транспортной отрасли как основа устойчивого развития железнодорожной инфраструктуры // Вопросы новой экономики, 2021. – № 4. – С. 25-29.
14. Kazanskaya L., Proskuryakova E. Improvement of work of urban public transport based on passenger traffic simulation // Urbanism. Architecture. Constructions. – 2021. – № 1. – P. 5-12.
15. Tomicova J., Poliak M., Zhuravleva N.A. Impact of using E-CMR on neutralization of consignment note // 14th International Scientific Conference on Sustainable, Modern and Safe Transport, 2021. – P. 110-117.

УДК 338.47

И.Г. Давыденко, Н.Г. Александрова

**ИНДИКАТОРЫ СОСТОЯНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПАССАЖИРСКОГО
ТРАНСПОРТА В КОНТЕКСТЕ ЭКОЛОГО-УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
КРУПНОГО ГОРОДА НА ПРИМЕРЕ РОСТОВА-НА-ДОНУ**

I.G. Davydenko, N.G. Aleksandrova

**INDICATORS OF THE STATE OF PUBLIC PASSENGER TRANSPORT
IN THE CONTEXT OF ENVIRONMENTALLY SUSTAINABLE DEVELOPMENT
OF A LARGE CITY BY THE EXAMPLE OF ROSTOV-ON-DON**

Ключевые слова: устойчивое развитие, индикаторы, эколого-устойчивое развитие, общественный транспорт, крупный город, транспортная система, социально-экономическое развитие, экологичность.

Keywords: sustainable development, indicators, environmentally sustainable development, public transport, large city, transport system, socio-economic development, environmental friendliness.

Цель: обоснование группы эколого-технологических индикаторов, характеризующих состояние общественного городского транспорта агломерации на примере города Ростова-на-Дону, необходимых для осуществления мониторинга данной сферы и оценки уровня устойчивости крупного города. Обсуждение: в статье отмечено, что понятийное поле конструкта «устойчивого развития» слабо структурировано, вследствие чего индикаторы его измерения для муниципального хозяйственного пространства в целом и общественного пассажирского транспорта, в частности, размыты и бессистемны. На субрегиональном уровне актуализируются транспортные проблемы, обусловленные влиянием таких факторов, как высокая степень износа и, как следствие, низкий уровень экологичности общественного пассажирского транспорта крупного города; низкий уровень технологичности транспортной инфраструктуры, что обуславливает необходимость измерения и оценки указанных параметров. Результаты: практическая результативность и значимость работы состоит в методической обоснованности эколого-технологических индикаторов, использование которых возможно и целесообразно органами публичной региональной и муниципальной власти при разработке долгосрочных транспортных стратегий развития в контексте достижения целей устойчивости мезосистем, в том числе в сфере городского общественного пассажирского транспорта города Ростова-на-Дону.

The purpose of the study is to substantiate a group of environmental and technological indicators characterizing the state of public urban transport of the agglomeration using the example of the city of Rostov-on-Don, necessary for monitoring this area and assessing the level of a sustainable large city. Discussion: the article notes that the conceptual field of the construct “sustainable development” is poorly structured, as a result of which the indicators of its measurement for the municipal economic space in general and public passenger transport, in particular, are blurred and unsystematic. At the subregional level, transport problems are becoming more urgent due to the influence of such factors as a high degree of wear and tear and, as a consequence, a low level of environmental friendliness of public passenger transport in a large city; low level of technology of transport infrastructure, which necessitates the measurement and assessment of these parameters. Results: the practical effectiveness and significance of the work lies in the methodological validity of environmental and technological indicators, the use of which is possible and advisable by public regional and municipal authorities when developing long-term transport development strategies in the context of achieving the goals of sustainability of mesosystems, including in the field of urban public passenger transport of the city Rostov-on-Don.

Электронный адрес: igdavydenko@sfedu.ru, ngaleksandrova@sfedu.ru

Введение

В настоящее время концепция устойчивого развития признается одной из значимых и прогрессивных во всем мире. Страны, активно вовлеченные в повестку устойчивого развития, разработали национальные системы взаимосвязанных показателей, отражающих компоненты эколого-социального развития [9]. Однако иерархическая соподчиненность территорий предполагает необходимость достижения устойчивого развития субрегиональных таксономий, а также городских агломераций. Многие отечественные ученые посвятили свои работы решению методических проблем, связанных с измерением и оценкой устойчивого развития российских регионов [3,6,8]. Вопросам объективной оценки состояния общественного пассажирского транспорта уделено значительное внимание в современной экономической литературе: от особенностей правового регулирования муниципальных унитарных предприятий в сфере транспортного обслуживания [15] до изучения роли устойчивого инновационного развития умных городов [1]. Зарубежные авторы изучают влияние удовлетворенности людей поездками на работу общественным транспортом на субъективное благополучие и качество жизни [17]. Кроме того, иностранные ученые проявляют и реализуют исследовательский интерес к проблемам транспорта и здоровья, выявляя факторы-разрушители (загрязнение воздуха, шум, стресс, дорожно-транспортные травмы) и факторы, несущие пользу здоровью населения городов, когда общественный транспорт служит средством социальной связи, независимости и доступности [18]. Информационную базу составили материалы официальных сайтов Правительства Ростовской области, Администрации г. Ростова-на-Дону, Департамента транспорта г. Ростова-на-Дону: разноразрядные документы территориально-регионального планирования и стратегирования; нормативно-правовые акты и государственно-программные документы, отражающие развитие транспортной системы г. Ростова-на-Дону. Авторами использованы материалы научных изданий, материалы аналитических изданий по изучаемой проблематике.

Методы

Методы исследования опираются на теоретико-концептуальные положения различных областей, объединяющих знания экономики транспорта, устойчивого развития, региональной экономики, т.е. исследование основано на использовании междисциплинарного подхода. В процессе исследования авторы использовали методы сравнительного и описательного анализа; мониторинга и комплексного анализа информации о развитии ключевых сегментов региональных и муниципальных хозяйственных систем; индикативный подход к выбору и обоснованию индикаторов состояния общественного транспорта крупного города. Вопросы эколого-социального устойчивого развития крупных городов России остаются малоизученными, а методико-индикативный аспект высоко дискуссионным. Более того, система показателей и индикаторов, характеризующих

компоненты устойчивого развития муниципальных образований включают экономический блок, в составе которого предлагаются к использованию измерители, не отражающие объективное состояние транспортной инфраструктуры городской агломерации и, в частности, общественного пассажирского транспорта крупного города. Цель исследования состоит в разработке количественно измеряемых индикаторов эколого-устойчивого развития пассажирского транспорта с позиций экологичности и технологичности для целей проведения мониторинга состояния общественного городского транспорта крупной агломерации на примере г. Ростова-на-Дону. Задачи исследования: провести структурно-содержательный анализ нормативно-правового и государственно-программного обеспечения развития транспортной системы Ростовской области и г. Ростова-на-Дону; проанализировать с позиций критического анализа подходы к обоснованию выбора и детализации индикаторов устойчивого развития крупного города; предложить систему индикаторов оценки экологичности и технологичности транспортной инфраструктуры и пассажирского транспорта г. Ростова-на-Дону и дать им количественную характеристику и интерпретацию.

Результаты

В настоящее время проблемы обеспечения устойчивого развития крупных городов в России сопряжены с рядом актуальных мультиаспектных и междисциплинарных вопросов управления муниципальным образованием – социальных, экологических, экономических и инновационно-технологических на основе равноуровневых документов территориального планирования и стратегирования. Вопросы концептуально-методологического характера относительно условий, факторов, системы показателей и индикаторов – количественных и качественных характеристик – устойчивого развития городов остаются высоко дискуссионными. Так, на сегодняшний день отсутствует единый подход и общепринятое определение «устойчивого развития»; чаще применяется к развитию страны и/или ее регионов. Более того, имеет место мнение несовместимости понятий «устойчивость» и «развитие» и, как следствие, невозможности постановки и достижения целей противоречивых и противоположных по смысловой нагрузке процессов. Так, «развитие всегда сопряжено с изменениями, а устойчивость – с инвариантностью» [1]. Известно, что система показателей, разработанная ООН, ориентирована как на глобальный, так и на национальный уровень управления устойчивым развитием. Однако, указанная система не адаптирована на региональный уровень и уровень муниципальных хозяйственных систем, что обусловлено, в первую очередь, необходимостью осуществления органами управления территорией стратегического планирования на основе системного мониторинга и комплексного анализа валидной информации о протекающих «эколого-социально-экономических» [2] процессах в городе. Важно отметить, что вопросы генерального стратегирования Ростовской области нашли отражение в Стратегии социально-экономического развития Ростовской области до 2030 года [14]. Цели устойчивого развития Ростовской области конкретизированы в направлениях социальной, экономической и пространственной политики, что позволило выстроить приоритеты ESG-трансформации региона. Также на субнациональном уровне указано формирование региональной системы наблюдения и анализа – мониторинга – показателей устойчивого регионального развития в пределах и масштабах области.

Структурно-содержательный анализ указанного документа позволяет выделить следующие проблемы. Во-первых, в рассматриваемом документе ни методически, ни инструментально не проработаны вопросы, связанные с набором индикаторов в триаде компонентов устойчивого развития – экологического, социального и экономического. Во-вторых, стратегическое планирование устойчивого территориального развития необходимо использовать не только при разработке Стратегии развития региона, но и на местном уровне – стратегического плана устойчивого развития крупного города Ростова-на-Дону и его транспортной системы. Проведенный авторами экспресс-анализ нормативно-правового и государственно-программного обеспечения перспективного развития транспортной системы Ростовской области позволяет отметить комплексный подход к решению заявленной в документах проблемы. Так, с 2018 года в регионе реализуется государственная программа «Развитие транспортной системы», в состав которой включены региональные проекты «Региональная и местная сеть (Ростовская область)» и «Общесистемные меры развития дорожного хозяйства (Ростовская область)» [12]. В соответствии с изменениями, внесенными в государственную программу «Развитие транспортной системы», ее структура объединяет 2 подпрограммы: «Развитие транспортной инфраструктуры Ростовской области» и «Повышение безопасности дорожного движения на территории Ростовской области». Представляет интерес один из планируемых результатов реализации подпрограммы «Развитие транспортной инфраструктуры Ростовской области» – «формирование устойчивых сбалансированных систем транспортного обслуживания населения в агломерациях и городах», что указывает и подчеркивает, наряду с комплексностью, использование принципа системности в достижении программных целей; при этом, указаны негативные последствия нереализации данного приоритетного мероприятия, в частности, «снижение качества и уровня безопасности транспортного обслуживания населения». Следуя дедуктивной логике проводимого исследования и иерархической соподчиненности программно-целевых документов в сфере развития транспортной системы Ростовской области, отметим, что Департаментом транспорта города Ростова-на-Дону реализуется муниципальная программа «Развитие и эксплуатация транспортной инфраструктуры и пассажирского транспорта города Ростова-на-Дону» до 2025 года. Важно отметить, что Ростов-на-Дону относится к категории «крупных». Согласно типизации населенных пунктов Градостроительного Комплекса РФ [7], к крупным городам в зависимости от численности населения относятся городские поселения численностью от 250 тыс. до 1 млн чел. В указанной связи, в городской агломерации Ростов-на-Дону по данным Росстата (на 01.01.2023 г.) зарегистрировано 1 135 968 чел. и город входит в число 16 городов-миллионников России.

Проблема методического характера по обоснованию, выбору и детализации индикаторов устойчивого развития крупного города и их аналитической обработке в настоящее время остается нерешенной; требует согласованного подхода вопрос четкого определения специализированных рубрик (блоков) индикаторов и их последующей тематической группировки. Решение отмеченной методической проблемы на основе индикативного подхода было предложено в 2008 году для города Волгограда, в работе Мосейко В.О., Фесенко В.В., Богомоловой И.В., в которой находим 3 блока индикаторов устойчивого развития – социальные индикаторы: здоровье, образование, культура; экономические индикаторы; экологический блок индикаторов [4]. Отметим, что авторами обеспечена сопоставимость используемых индикаторов, поскольку города Волгоград и Ростов-на-Дону относятся к категории крупных и имеют высокий транспортно-логистический потенциал на Юге России и в составе Южного федерального округа. Далее, согласно заявленной проблематике статьи исследовательский интерес представляет блок «Экономические индикаторы», где имеют место индикаторы состояния и развития транспортно-дорожной сферы города, которые, по мнению авторов, требуют критической оценки. Так, показатели «грузооборота» (млн т/км) и «перевозки грузов» (тыс. т) не отражают специфику муниципальной транспортной системы, нацеленной на решение задач эколого-социальной направленности. Поэтому система индикаторов должна быть нацелена и

сосредоточена на актуальных факторах-угрозах (экологической и технологической безопасности), нарушающих интересы жителей города и эколого-социальное равновесие. Важно отметить, что проблема обеспечения экологической безопасности населения крупных городов тесно сопряжена с условиями устойчивого развития муниципальных образований [2]. В указанной связи целесообразно указать на наличие взаимосвязи категорий «экономическая безопасность» и «устойчивое развитие» на субнациональном уровне [5]. Далее, в рассматриваемой научно-прикладной публикации по проблеме объективного измерения и оценки устойчивого развития муниципального образования, авторы выделяют и рассматривают такие индикаторы, как «протяженность линий общественного транспорта» (км), «протяженность магистральных улиц и дорог» (км), «количество транспортных развязок в разных уровнях» (ед.), которые образуют группу комплементарных показателей, характеризующих состояние дорожного хозяйства городской агломерации, но не отражают состояние общественного пассажирского транспорта муниципальной хозяйственной системы в контексте обеспечения ее эколого-устойчивого развития. С учетом сформулированной проблемы авторами предложена система индикаторов, обеспечивающих «решение-результат» в сфере транспортного обслуживания населения крупного города с учетом атрибутов устойчивого развития (таблица).

Таблица

Индикаторы мониторинга и оценки эколого-устойчивого развития пассажирского транспорта крупного города (на примере Ростова-на-Дону)

| Проблемы | Низкий уровень экологичности (экологической безопасности) транспортной инфраструктуры и пассажирского транспорта г. Ростова-на-Дону | Низкий уровень технологичности транспортной инфраструктуры и пассажирского транспорта г. Ростова-на-Дону |
|--|---|---|
| Решения (реализация мероприятий) | 1. Система рельсового скоростного пассажирского транспорта; 2. Систематический ввод и обновление безэмиссионного подвижного состава. | 1. Развитие систем электронного учета проезда пассажиров и технологий безналичной оплаты проезда; 2. Расширение функционала транспортного приложения. |
| Результат с позиций эколого-устойчивого развития городской агломерации | 1.1 Экономия времени в пути пользователей общественного пассажирского транспорта; 1.2 Снижение экологического ущерба; 1.3 Увеличение доли электротранспорта в выпуске на городских маршрутах; 2.1 Повышательная динамика коэффициентов ввода и обновления троллейбусного и трамвайного парка и, как следствие, увеличение количества маршрутов регулярных перевозок. | 1.1 Увеличение количества транспортных карт с обеспечением технологической возможности их дистанционного пополнения; 1.2 Увеличение доли отслеживаемого онлайн-транспорта с 54% (Ростов-на-Дону) до 69% (Пермь). |

С точки зрения достижения экологичности общественного транспорта важно отметить развитие в Ростове-на-Дону безэмиссионного транспорта, впервые разработанного Норвежским научно-технологическим университетом в 2018 году. В Ростове-на-Дону парк автотранспорта новой безэмиссионной мобильности пополнился 20 электробусами общей стоимостью 924 млн р. в конце 2023 года [10]. В целом, в крупных городах Ростовской области: Ростове-на-Дону, Таганроге и Волгодонске с 2022 года действует программа обновления электротранспорта с объемом финансирования 2 млрд р. Важно подчеркнуть и негативные моменты, связанные с системой транспортного обслуживания населения в г. Ростове-на-Дону. Так, одной из ключевых проблем развития городского электрического транспорта – вытеснение троллейбуса с городских улиц электробусами и газовыми автобусами: из 105 маршрутов регулярных перевозок пассажиров в г. Ростове-на-Дону трамвайных маршрутов только 5 на фоне сохраняющейся проблемы износа парка троллейбусов. Таким образом, согласно данным Департамента транспорта г. Ростова-на-Дону, тестируется тенденция по сокращению парка подвижного состава троллейбусов при одновременном увеличении электробусов, что является спорным вопросом с позиций экономической эффективности двух видов городского безрельсового электротранспорта. В данной дискуссии мы согласились с позицией экспертов Аналитического отчета «Троллейбусный транспорт в России. Состояние и перспективы рынка» в котором аргументируется и обосновывается вывод о том, что «в больших городах России (с населением 100 и более тыс. жителей) электрическим транспортом (троллейбус, в т.ч. с увеличенным автономным ходом, трамвай) должно перевозиться свыше 70% пассажиров, что уже было достигнуто в ряде городов во времена СССР (например, в Твери, Екатеринбурге, Челябинске и ряде других городов) при научно обоснованном централизованном планировании транспортных систем городов. Целесообразность данного вектора развития подтверждается мировой практикой: за последние 30 лет протяженность трамвайных и троллейбусных линий существенно возросла» [11].

Давая экспресс-характеристику предложенным индикаторам технологичности общественного пассажирского транспорта крупного города, следует положительно отметить, что с 2017 года по настоящее время инвестором транспортной платежной системы города Ростова-на-Дону эмитировано более 743 тыс. карт, включая транспортные карты, социальные карты для пенсионеров и других категорий льготников. Согласно данным рейтинга городов России, по качеству общественного транспорта (по данным на 3 квартал 2023 г.) [13] Ростов-на-Дону занял 34 позицию из 100 городов России и набрал 58,5 баллов. Для сравнения: первое место в рейтинге занимает Пермь (77,6 баллов); Волгоград – 7 рейтинговая строка (69 баллов). Для определения обобщенно-интегрального качественного параметра использовались 5 групп показателей, включая «Безопасность и устойчивость развития»: Ростов-на-Дону 6,7 балла; Пермь 9,3 балла; Волгоград (8,3 балла). Таким образом, ухудшение технического состояния пассажирского транспорта общего пользования может привести к снижению качества и уровня безопасности (в том числе, экологической) транспортного обслуживания населения. Поэтому мониторинг на постоянной основе представленных авторами индикаторов эколого-устойчивого функционирования пассажирского транспорта крупного города обеспечит определение «узких мест» и дальнейшее развитие транспортной системы Ростова-на-Дону.

Обсуждение

Результаты проведенного авторами контент-анализа иностранных источников литературы по изучаемой проблематике позволяют обобщить, что исследования охватывают различные аспекты: транспортное обслуживание населения и здоровье в широкой трактовке и понимании; удовлетворенность качеством общественного транспорта, посредством оценки субъективного благополучия. Вызывают научно-исследовательский отклик работы, посвященные

проблемам развития низкоуглеродных транспортных систем в городах, а также вопросам городской экономической политики на основе управления спросом на поездки в общественно-пассажирском транспортном секторе [16]. Представляется перспективной для дальнейшего научно-методического изучения проблема индикативного подхода в процессе мониторинга и оценки эколого-устойчивого развития городской агломерации и, в частности, пассажирского транспорта. Проблема состоит в избыточном количестве показателей-ориентиров, а также в их несопоставимости по признаку единства состава, т.е. должна быть обеспечена методическая стабильность и преемственность индикаторов, используемых для проведения мониторинга и оценки эколого-устойчивого развития пассажирского транспорта крупного города.

Заключение

В результате проведенного исследования авторами предложены две комплементарные группы индикаторов, возможных к использованию при проведении мониторинга и оценки эколого-устойчивого развития пассажирского транспорта крупного города на примере Ростова-на-Дону, станет импульсом для развития отечественных исследований в сфере транспортной инфраструктуры муниципального образования как составляющей комплексного устойчивого развития городской агломерации с развитой транспортной системой, включая общественный пассажирский транспорт. Практическая значимость исследования состоит в оказании методического содействия органам публичной региональной власти Ростовской области и города Ростова-на-Дону в формировании долгосрочной государственной муниципальной политики в области развития пассажирского транспорта общего пользования в контексте его эколого-устойчивого развития за счет формирования каркасной системы индикаторов экологичности и технологичности транспортной инфраструктуры и пассажирского транспорта г. Ростова-на-Дону.

Литература

1. Балахонова Е.В. Инновационное развитие умных городов как необходимое условие достижения целей устойчивого развития // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе, 2023. – № 1. – С. 37-55.
2. Богомолова И.В. Обеспечение устойчивого развития крупных городов: методологические подходы и практические аспекты // Вестник экспертного совета, 2022. – № 1. – С. 57.
3. Бородин С.Н. Модель оценки устойчивого развития региона на основе индексного метода // Экономика региона, 2023. – № 19. – С. 50.
4. Мосейко В.О., Фесенко В.В., Богомолова И.В. Система индикаторов устойчивого развития как инструмент управления муниципальным образованием // Вестник Волгоградского гос. университета. Сер. 3. Экономика. Экология. – 2008. – № 2. – С. 83-84.
5. Самойлова Л.К. Асимметричность устойчивого развития региональных систем как угроза экономической безопасности государства // Национальная безопасность, 2022. – № 5. – С. 60.
6. Гнатюк С.Н. Индикаторы устойчивого развития региона // Политика, экономика и инновации, 2016. – № 5.
7. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29 декабря 2004 г. N 190-ФЗ (ред. 13.06.2023). Официальный сайт Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://minstroyrf.gov.ru>.
8. Ли А.С. Интегральная оценка уровня устойчивого развития региона (на примере Ростовской области) // ИВД, 2012. – № 2. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/integralnaya-otsenka-urovnya-ustoychivogo-razvitiya-regiona-na-primere-rostovskoy-oblasti>.
9. Национальный набор показателей ЦУР. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/sdg/national>.
10. Официальный сайт «РБК» [Электронный ресурс]. URL: <https://rostov.rbc.ru/rostov/freenews/65a507989a7947f4faa13554>.
11. Официальный сайт Российской академии транспорта [Электронный ресурс]. URL: <https://rosacademtrans.ru/wp-content/uploads/2023/04/Analytical-report.pdf>.
12. Постановление Правительства Ростовской области от 17.10.2018 № 645 «Об утверждении государственной программы Ростовской области «Развитие транспортной системы». Официальный портал Правительства Ростовской области [Электронный ресурс]. URL: <https://www.donland.ru/documents/18914>.
13. Рейтинг городов России по качеству общественного транспорта [Электронный ресурс]. URL: <https://rating.simetrargroup.ru/cities/Rostov-on-Don>.
14. Стратегия социально-экономического развития Ростовской области до 2030 г. Постановление Правительства Ростовской области № 1100 от 19.12.2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://strateg.donland.ru>.
15. Упоров И.В. Транспортные муниципальные унитарные предприятия: вопросы нормативно-правового регулирования и эффективности // Экономика и бизнес: теория и практика, 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transportnyemunitsipalnye-unitarnye-predpriyatiya-voprosy-normativno-pravovogo-regulirovaniya-i-effektivnosti>.
16. Ashikaf F.R., Sreezonb A.I.Z., Rahmanc M.H., Zafrid N.M., Labib S.M. Built environment influences commute mode choice in a global south megacity context: Insights from explainable machine learning approach // Journal of Transport Geography, 2024. – V. 116.
17. Lunke E.B. Commuters' satisfaction with public transport // Journal of Transport & Health March, 2020. – V. 16.
18. Glazener A., Sanchez K., Ramani T., Zietsman J., Nieuwenhuijsen M.J. Fourteen pathways between urban transportation and health: A conceptual model and literature review // Journal of Transport & Health, 2021. – V. 21.

УДК 334

Н.В. Добаева, М.Ф. Афанасьева, В.Н. Волненко

**ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ РЫНКА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ
И ОПЕРАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ
РАЗВИТИЯ ЛЕКАРСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

N.V. Dobaeva, M.F. Afanas'eva, V.N. Volnenko

**RESEARCH ON THE DYNAMICS OF THE PHARMACEUTICAL MARKET
AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF DRUG PROVISION**

Ключевые слова: лекарственное обеспечение, развитие, динамика, доступность, рынок, тенденции, маркетинговые тенденции, фармацевтический рынок.

Keywords: drug supply, development, dynamics, availability, market, trends, marketing trends, pharmaceutical market.

Цель: провести исследование динамики рынка фармацевтической продукции в аспекте нацеленности на выявление возможностей повышения качества лекарственного обеспечения населения. Обсуждение: в качестве основных тенденций выявлен рост рынка, упрочнение позиции российских товаропроизводителей ввиду ограничения присутствия на нем зарубежных игроков, а также значительный дисбаланс цен на лекарственные препараты по регионам страны. Проявившейся и сохраняющейся доминантой, нуждающейся в изменении, является улучшение возможностей лекарственного обеспечения сельских территорий. Результаты: авторами уточнено, что развитие фармацевтического рынка, его переориентация на продукцию отечественных производителей и устранение региональных диспропорций лекарственного обеспечения требуют формирования новых управленческих подходов позволят привлечь материальные и финансовые ресурсы предпринимателей для решения социальных задач, включая возможности развития сельских территорий.

Purpose: to conduct a study of the dynamics of the pharmaceutical market in terms of focusing on identifying opportunities to improve the quality of drug provision to the population. Discussion: the main trends identified were market growth, the strengthening of the position of Russian commodity producers due to the limited presence of foreign players in it, as well as a significant imbalance in prices for medicines in the regions of the country. An emerging and persistent dominant that needs to be changed is improving the ability to provide medicine to rural areas. Results: the authors clarified that the development of the pharmaceutical market, its reorientation towards the products of domestic manufacturers and the elimination of regional imbalances in drug supply require the formation of new management approaches that will attract material and financial resources of entrepreneurs to solve social problems, including opportunities for the development of rural areas.

Электронный адрес: Dodo-nv@yandex.ru, mary552@mail.ru, volnenko_vn@apteka-aprel.ru

Введение

Объемы и масштабы рынка фармацевтической продукции определяются значительным числом факторов и в комплексе отражают ключевые социально-экономические параметры состояния страны: демографические (численность и половозрастная структура населения), экономические (доходы и покупательная способность населения, развитие высокотехнологичных производств, доступность финансовых ресурсов), социально-культурные (образ жизни и функционирование систем здравоохранения и социального обслуживания). Доступность населению современных и эффективных лекарственных препаратов является одной из ключевых характеристик уровня социально-экономического развития страны, способности не только сосредоточить необходимые ресурсы для формирования соответствующих товарных масс фармацевтической продукции, но и создать такие механизмы товародвижения, которые предоставят жизненно необходимые товары всем нуждающимся. Данное обстоятельство позволяет в качестве целевой установки статьи определить исследование динамики данного рынка в аспекте нацеленности на выявление возможностей повышения качества лекарственного обеспечения населения.

Методы

В статье мы опираемся на официальные статистические материалы, оценочные сужения экспертов в отрасли, а также собственные аналитические выкладки. В качестве методов нами использованы сбор и аналитическая обработка информации, сравнительный анализ и синтез данных, позволившие сформулировать непротиворечивые выводы.

Результаты

Во всех странах рынок фармацевтической продукции подвергается специально разработанным механизмам контроля и регулирования. Не только производственно-технологические, но и значительная часть коммерческих операций подвергается лицензированию и сертификации, предполагает наличие особой компетенции и подготовки от исполнителей. Особые требования предъявляются к работе рыночных механизмов, не допущению монополии на отпуск лекарственных препаратов, что может привести к завышению цены и снижению доступности для населения.

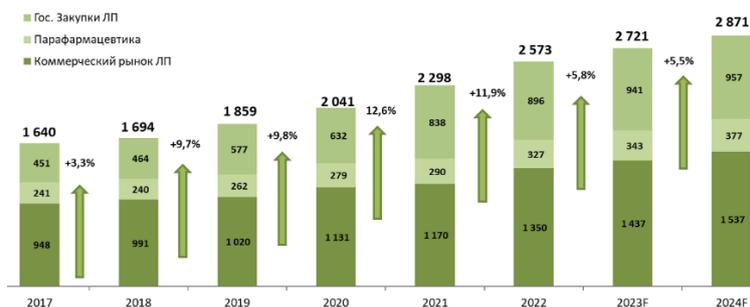


Рис. 1. Динамика емкости фармацевтического рынка России за 2017-2022 гг. с прогнозом на 2023-2024 гг. (млрд р.) [9]

В целом, развитие рынка фармацевтической продукции является следствием не только перечисленных выше социально-экономических факторов, но и результатом развития институтов общества, эффективности действующих систем регулирования. Рост рынка и повышение доступности лекарств свидетельствует об эффективности этих систем. Важно обратить внимание, что эти процессы не всегда могут совпадать – расширение рынка не обязательно согласуется с доступностью лекарств, поэтому необходимо детально анализировать изменения условия получения населением лекарственных препаратов. Более того, расширение рынка фармацевтической продукции в целом может сопровождаться снижением доступности в отдельных сегментах. Так, российский рынок показывает рост за последние годы и прогнозируется сохранение этой тенденции по всем сегментам рынка – государственным и коммерческим закупкам, товарам для здорового образа жизни и пр. (рис. 1). Как было отмечено выше, рост фармацевтического рынка характерен для всех развитых стран, более того, это глобальный тренд, который характеризуется восходящей направленностью – рис. 2. Фармацевтический рынок носит глобальный характер, на нем оперирует ряд транснациональных корпораций, которые формируют масштабные товаропроводящие системы. Глобальность рынка делает его зависимым от валютных колебаний, что приводит к дополнительным инфляционным издержкам и не позволяет оценивать рост исключительно по показателям изменений товарооборота.

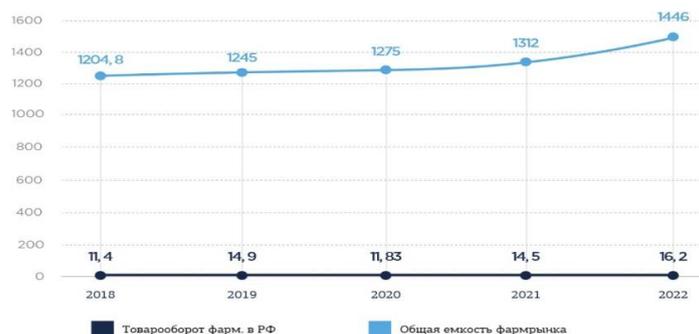


Рис. 2. Динамика глобального фармацевтического рынка 2018–2022 гг., млрд долл. [8]

Так, по числу проданных упаковок лекарственных средств отечественный рынок показал снижение – рис. 3.

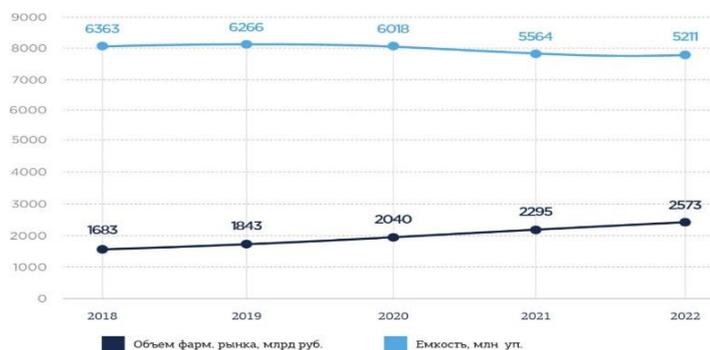


Рис. 3. Динамика общего объема фармацевтического рынка России в натуральном и денежном выражении в 2018-2022 гг. [8]

Данное снижение может быть вызвано не только валютными колебаниями, но и сложными процессами перестройки отечественного фармацевтического рынка на реализацию продукции российского производства. Поясним, что, согласно нашим убеждениям, собственное фармацевтическое производство является основой суверенности страны, ее возможности самостоятельно обеспечивать сохранение здоровья населения. Развитие отечественного фармацевтического рынка происходило в значительной степени под влиянием поставщиков зарубежной продукции, в результате чего менее чем пять лет назад ее доля формировала более 70% рынка – рис. 4.

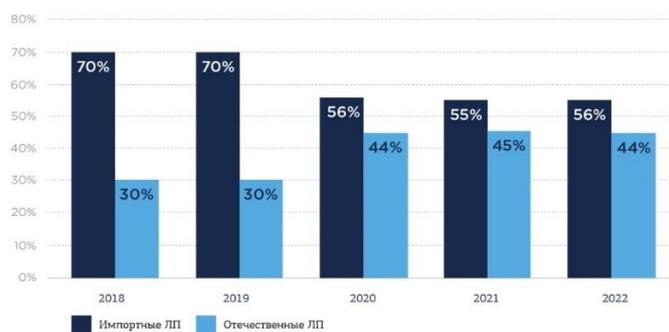


Рис. 4. Структура фармацевтического рынка России в разрезе происхождения препаратов в денежном выражении в 2018-2022 гг. [8]

Только последовательная политика государства на суверенизацию фармацевтической сферы страны и целый ряд ограничений других стран, вводимых по геополитическим соображениям, позволили изменить динамику рынка и предоставить возможность сбыта отечественной продукции, которая в большей степени доступна потребителям в виду меньшей цены, о чем свидетельствует иная структура рынка при его анализе в натуральной форме – рис. 5: в количественном выражении доля отечественной фармацевтической продукции оказывается выше, следовательно, импортные лекарства относятся преимущественно к наиболее дорогостоящим товарным группам.

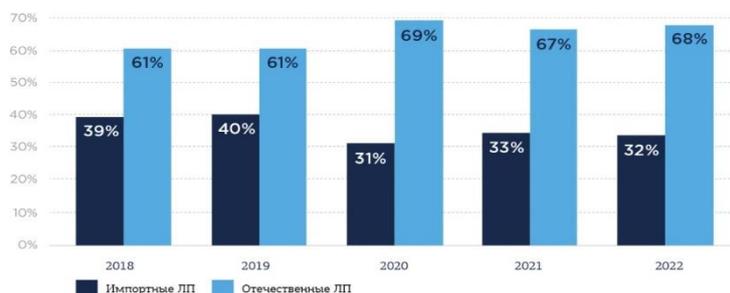


Рис. 5. Структура фармацевтического рынка России в разрезе происхождения лекарственных препаратов в натуральном выражении в 2018-2022 гг. [8]

В то же время, замещение их отечественными препаратами не сказалось кардинально на ценах реализуемой продукции, поскольку не только готовая продукция долгие годы являлась предметом импортных поставок, но и фармацевтическое производство в значительной степени зависело от зарубежного оборудования, комплектующих и сырья. Именно этой зависимостью можно объяснить падение объемов производства в 2022 году (рис. 6), когда в результате введения санкций были разорваны многие логистические цепочки поставок и отечественным производителям потребовалось искать иных поставщиков, причем не только производственных компонент для выпуска лекарств, но и сопутствующих – таких как тара и упаковка. Накопленные компетенции и последовательная политика государства по поддержке фармацевтического производства позволили преодолеть возникшие сбои и продолжить политику импортозамещения, которая является основой для формирования нового качества российского рынка фармацевтической продукции.



Рис. 6. Объем производства лекарственных препаратов в России за 2018-2022 гг. и полугодие 2023 г. в натуральном и денежном выражении [8]

Важно подчеркнуть, что формирование нового качества российского фармацевтического рынка происходит без использования запретительных или иных мер административного порядка – зарубежные производители сохраняют свое присутствие на рынке, отдельные увеличивают объемы производства и опережают российских производителей – табл. 1. Несмотря на продолжающих работать зарубежных производителей будущее российского рынка – за отечественными производителями, которые демонстрируют уверенный рост, а отдельные показывают кратное увеличение объемов выпускаемой продукции.

Таблица 1

Показатели основных фарм. производителей на российском рынке по итогам января-мая 2023 г. [8]

| № | Компания | Доля рынка по объемам продаж, % | Объем продаж, млрд р. | Изменение, % год к году |
|----|-------------------|---------------------------------|-----------------------|-------------------------|
| 1 | Stada | 3,82 | 21,7 | 5 |
| 2 | Bayer | 3,72 | 21,15 | -11 |
| 3 | «Отсифарм» | 3,33 | 18,92 | -23 |
| 4 | Abbott | 3,14 | 17,86 | -2 |
| 5 | Servier | 3,08 | 17,49 | 1 |
| 6 | Novartis | 2,83 | 16,07 | -15 |
| 7 | Teva | 2,78 | 15,81 | 4 |
| 8 | Sanofi | 2,75 | 15,62 | -10 |
| 9 | Krka | 2,72 | 15,47 | 6 |
| 10 | «Биннофарм Групп» | 2,43 | 13,8 | 29 |

Объемы отечественной фармацевтической продукции должны удовлетворить возрастающие потребности населения в качественных препаратах, которые предоставляются как на коммерческой основе, так и через специальную систему государственных закупок. Динамика государственного сектора фармацевтического рынка отражает способность государства придерживаться социально ориентированной политики, а динамика коммерческого сектора – способность населения приобретать препараты. Кроме того, это взаимосвязанные сектора – если государство способно обеспечить предоставление необходимых препаратов, то населению нет необходимости на них тратиться. За последние годы объемы и доля государственных закупок возросла, а расходы населения снижались – табл. 2. Таким образом, если в 2018 году государственные закупки составляли меньше половины от приобретений населения, то в 2022 году они отстают только на 17% в денежном выражении от общего объема рынка.

Таблица 2

Фармацевтический рынок России в стоимостном выражении по основным сегментам, млрд р. [8]

| Сегменты | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | 2022 г. |
|---------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Государственный сектор | 452 | 560 | 634 | 840 | 896 |
| Коммерческий сектор | 992 | 1021 | 1128 | 1166 | 1350 |
| Доля (без парафармацевтиков), % | | | | | |
| Государственный сектор | 27 | 30 | 31 | 37 | 35 |
| Коммерческий сектор | 59 | 55 | 55 | 51 | 52 |

В натуральном выражении в составе государственных закупок уменьшились госпитальные и увеличилось льготное обеспечение (табл. 3). В коммерческом сегменте число купленных упаковок характеризуется последовательным снижением.

Таблица 3

Фармацевтический рынок России в натуральном выражении по основным сегментам, млн уп. [8]

| Сегменты | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | 2022 г. |
|------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Госпитальные закупки | 948 | 854 | 841 | 845 | 550 |
| Льготное лекарственное обеспечение | 158,2 | 195,4 | 175 | 163,6 | 183,6 |
| Коммерческий сегмент | 5219 | 5124 | 5002 | 4555 | 4477 |
| Доля, % | | | | | |
| Госпитальные закупки | 15 | 14 | 14 | 15 | 11 |
| Льготное лекарственное обеспечение | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| Коммерческий сегмент ЛП | 83 | 83 | 83 | 82 | 86 |

Несмотря на снижение, коммерческий сектор составляет основу фармацевтического рынка и базовым фактором доступности лекарств на нем является цена. Поскольку значительную часть фармацевтического рынка составляет импортная продукция, то цены рынка зависят как от баланса спроса и предложений, так и от валютных колебаний, а также от сезонного спроса на широкий спектр лекарств. В течение года цена условной единицы упаковки лекарственного препарата может колебаться в пределах 20% – рис. 7. Фармацевтический рынок характеризуется также региональным различием цен на одинаковые препараты – рис. 8, но данное различие не так существенно, как доходы проживающего населения.

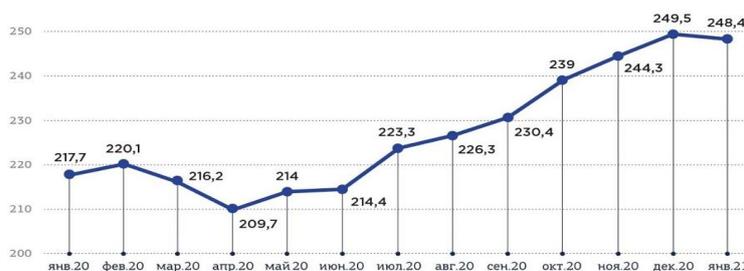


Рис. 7. Средняя взвешенная цена упаковки лекарственных препаратов в России, 2020-2021 гг., р. [8]

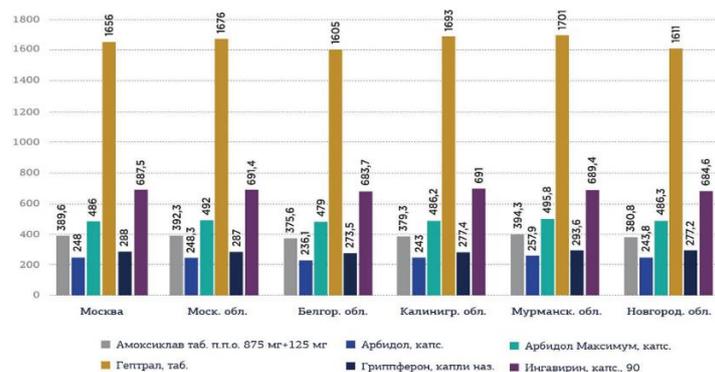


Рис. 8. Средняя цена упаковок препаратов в ТОП-5 регионах по общему объему закупок, январь 2021 г., р. [8]

Основу рынка составляют лекарства дороже 500 р. – около 60%, что, безусловно, достаточно высокая цена, исходя из существующего размера прожиточного минимума и необходимости приобретать, как правило, несколько препаратов для лечения, к чему, в том числе, призывают медики до продаж [11] – рис. 9.

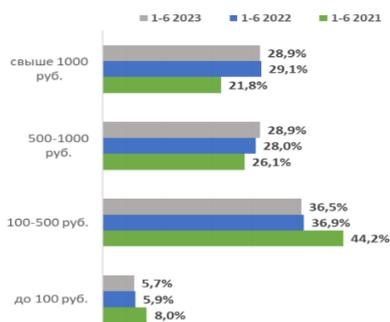


Рис. 9. Структура рынка по ценовым сегментам I полугодия 2021-2023 гг., р. [9]

Уровень цены в значительной степени зависит от наценки, которая добавляется аптечными учреждениями в ходе розничной торговли. За последние годы уровень данной наценки составлял 22-25%, что является достаточно большой долей цены, которую уплачивает покупатель, приобретая дорогостоящую продукцию. В то же время, аптеки ориентированы на работу с каждым потребителем по широкой номенклатуре препаратов, которые они должны хранить для охвата широкой потребительской аудитории. Аптекам требуются значительные оборотные средства, доступ к емким товарным запасам, что и способны предоставить крупные игроки рынка. Поэтому для достаточно развитого отечественного фармацевтического рынка вполне закономерным является то, что в настоящее время почти половина аптек является торговыми точками федеральных сетей (рис. 10). Также значительную часть рынка обслуживают локальные сети, реализующие торговлю в нескольких точках, в них определяющее значение имеет качество мерчендайзинга [1].

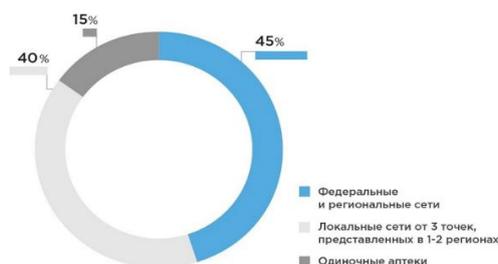


Рис. 10. Сегментация по типу аптечных сетей, кол-во аптечных учреждений (%) [8]

Пять ведущих аптечных сетей занимают почти четверть российского рынка фармацевтической продукции – рис. 11. Это достаточно значительная доля, которая позволяет характеризовать розничный рынок как олигополюсный. Аптечные учреждения распределены по регионам достаточно неравномерно – рис. 12, но максимальная неравномерность проявляется в распределении розничной торговли между городскими и сельскими территориями.

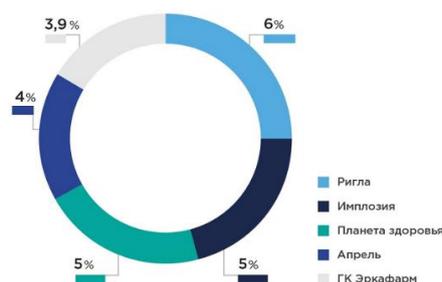


Рис. 11. Пять ведущих аптечных сетей, объем рынка, (%) [10]

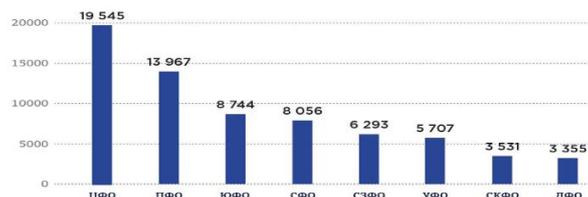


Рис. 12. Концентрация аптечных учреждений по регионам в апреле 2021 г., тыс. аптек [10]

На городские поселения приходится 79% всего числа аптек, в то время как на сельскую местность – 21% [4,7]. С точки зрения оборота на городские аптеки приходится почти 87%. То есть, на сельское население приходится чуть больше десятой части всего лекарственного обеспечения, в то время как само сельское население составляет более четверти всего населения страны [4], следовательно, житель села получает в два раза меньше препаратов, чем горожанин. Важно отметить, что число аптек за год на 1 сентября 2021 г. в селе увеличилось (+2,5%), хотя и меньшими темпами, чем в городах (+3,5%). Но при этом возросла выручка – на 16,5%, что выше по сравнению с городскими аптеками – 7,2% [12].

Заключение

Говоря о динамике фармацевтического рынка и возможностях повышения качества лекарственного обеспечения населения, отметим, что в настоящее время наблюдается положительная динамика по развитию и росту числа аптек. Вместе с тем, сельские жители в России имеют гораздо более скромные возможности по наращиванию качества и количества лекарственного обеспечения, и данная ситуация нуждается в коррекции. Считаем, что развитие фармацевтического рынка, его переориентация на продукцию отечественных производителей и устранение региональных диспропорций лекарственного обеспечения требуют формирования новых управленческих подходов, в том числе, с использованием механизмов государственно-частного партнерства, позволяющих привлечь материальные и финансовые ресурсы предпринимателей для решения социальных задач.

Литература

1. Бондаренко В.А. Вопросы активизации рекламы в интернете и востребованности мерчандайзинга на аптечном рынке // В.А. Бондаренко, Ю.В. Солянская // Практический маркетинг, 2021. – № 4. – С. 27-33.
2. Волгина Н.А. Фармацевтическая цепочка создания стоимости: возможности для аутсорсинга // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. – 2021. – Т. 29. – № 1. – С. 150-163.
3. Квачахия Л.Л. О развитии дистрибьюторского сектора фармацевтического рынка России // Азимут научных исследований: экономика и управление, 2021. – Т. 10. – № 2. – С. 180-182.
4. Российский статистический ежегодник, 2021. – М. Росстат, 2021. – 692 с.
5. Чернышева А.М., Зобов А.М., Федоренко Е.А. Анализ стратегии развития фармацевтической промышленности РФ на период до 2030 и метрик устойчивого развития стратегических альянсов фармацевтической отрасли // Вестник Академии знаний, 2021. – № 46. – С. 338-347.
6. Штоколова К.В. Экономическая безопасность России в условиях глобализации: факторы риска // Социальная политика и социальное партнерство, 2021. – № 2. – С. 140-148.
7. Догузова В.В. России за год открыли более двух тысяч аптек // «Фармацевтический вестник» [Электронный ресурс]. URL: <https://pharmvestnik.ru/content/news/V-Rossii-za-god-otkryli-bolee-dvuh-tysyach-aptok.html>.
8. Развитие фармацевтического рынка России 2023 в новой реальности: ключевые игроки и результаты // [Электронный ресурс]. URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/razvitie-farmatsevticheskogo-rynka-rossii-2023-v-novoy-realnosti-klyuchevye-igroki-i-rezultaty>.
9. Фармацевтический рынок России. I полугодие // [Электронный ресурс]. URL: https://dsm.ru/docs/6_month_2023.pdf.
10. Фармацевтический рынок России 2021: влияние пандемии и стратегии развития. Аналитическое исследование // [Электронный ресурс]. URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/farmatsevticheskij-rynok-rossii-2021-vliyanie-pandemii-i-strategii-razvitiya>.
11. Kosmacheva N.M., Cherkasskaya G.V. Problems of forming sustainable investment climate in the Leningrad region of the Russian Federation // Advances in Economics, Business and Management Research. Proceedings of the International Scientific-Practical Conference "Business Cooperation as a Resource of Sustainable Economic Development and Investment Attraction" (ISPCBC 2019). – 2019. – P. 114-119.
12. Ronte H., Taylor K., Haughey J. Medtech and internet of medical things: How connected medical devices are transforming healthcare // London: Deloitte Centre for Health Solutions. – 2018.

УДК 330.59

А.В. Дубровский, В.С. Ноздрин

**РОЛЬ ГОСУДАРСТВА И ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ СУБЪЕКТОВ
В ФОРМИРОВАНИИ УСЛОВИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ**

A.V. Dubrovskij, V.S. Nozdrin

**THE ROLE OF THE STATE AND TERRITORIAL ENTITIES
IN CREATING CONDITIONS FOR IMPROVING THE QUALITY OF LIFE**

Ключевые слова: уровень жизни, качество жизни, благосостояние, индикаторы, социальные стандарты, целевые программы, среднедушевые доходы, потребности населения, социальная поддержка, домохозяйства.

Keywords: standard of living, quality of life, well-being, indicators, social standards, target programs, per capita income, population needs, social support, households.

Цель: формализовать возможности установления взаимосвязей между широким спектром показателей, включающим в себя множество факторов, существенных для удовлетворения различных потребностей, таких как социальная поддержка, здравоохранение, доступность транспорта, культурных учреждений, связи и реализацией государственной стратегии повышения качества и уровня жизни. Обсуждение: рассматриваются возможности универсализации подхода к оценке уровня жизни, который бы включал в себя стандартизированный комплекс критериев в связи с тем, что существующие методы оценки разнятся между собой по используемым характеристикам. Результаты: представлены теоретико-методические положения, раскрывающие управление стандартами и благосостоянием граждан через законодательные меры и стратегическое планирование. Исследование региональных проблем уровня жизни на примере республики Тыва выявило отставания от среднероссийских показателей, особенно в секторах демографии, доходов населения, здравоохранения и безопасности, отсутствия единой системы индикаторов для мониторинга недостаточного уровня качества и уровня жизни. Результатами предложенных направлений могут стать позитивные изменения социально-экономической сферы региона, появление тенденций улучшения соответствующих показателей.

Purpose: to formalize the possibility of establishing relationships between a wide range of indicators, which includes many factors essential to meet various needs, such as social support, healthcare, accessibility of transport, cultural institutions, communications and the implementation of the state strategy for improving the quality and standard of living. Discussion: the possibilities of universalizing the approach to assessing living standards are being considered, which would include a standardized set of criteria due to the fact that existing assessment methods differ in the characteristics used. Results: theoretical and methodological provisions are presented that reveal the management of standards and the welfare of citizens through legislative measures and strategic planning. A study of regional problems of living standards using the example of the Republic of Tyva revealed lags from the Russian average indicators, especially in the sectors of demography, income, health and safety, and the absence of a unified system of indicators for monitoring the insufficient level of quality and standard of living. The results of the proposed directions may be positive changes in the socio-economic sphere of the region and the emergence of trends to improve relevant indicators.

Электронный адрес: dav-rgsu@yandex.ru, novastan@rambler.ru

Введение

Современные условия характеризуются необходимостью усиления роли государства в регулировании социально-экономической сферы. В этой связи необходима выработка эффективной государственной политики, которая способствовала бы решению социально значимых вопросов на основе активного участия в этом процессе органов государственной власти.

Методы

В работе использовались общенаучные и специфические методы анализа; метод аналогии и сравнения; метод экспертных оценок в аспектах раскрытия уровня и качества жизни населения. При анализе информации использовались современные программные продукты и информационно-коммуникационные технологии.

Результаты

Качество и стандарты жизни граждан считаются ключевыми параметрами для оценки эффективности и устойчивости развития экономики. Во многих исследованиях понятия «уровень жизни» и «качество жизни» зачастую используются как взаимозаменяемые, что вносит путаницу. Отмечается, что понятие качества жизни охватывает широкое понимание вариантов удовлетворения человеком разнообразных нужд, понятие уровня жизни акцентирует внимание на экономических и социальных аспектах существования. Подобное различие проистекает из сложности определения единых норм измерения жизненных стандартов по различным странам и регионам. Рассматривая подходы к раскрытию сущности уровня жизни, можно отметить, что термин начал активно использоваться в научной литературе в эпоху становления капитализма благодаря работам У. Петти, Ф. Кенэ, А. Смита и К. Маркса. В их трудах были изложены экономические и социальные аспекты понятия «уровень жизни». Исследуя пути улучшения жизни населения, они выражали беспокойство относительно распространения нищеты среди работающих классов и считали стремление к повышению собственного уровня жизни врожденным желанием каждого человека.

Значительный вклад в анализ качества и уровня жизни внесли социологи Чикагской школы Роберт Парк и Эрнест Берджесс. Они предложили уникальный метод оценки, который учитывал не только стандартные показатели, но и экологическое состояние, уровень шума, плотность населения. Это расширило понимание «качества жизни» и добавило новые измерения в оценку жизненных условий городского населения. Нам важно проанализировать соотношение понятий «уровень жизни», «качество жизни» и «благосостояние», играющих ключевую роль в социальном и экономическом развитии. Уровень жизни – это понятие, отражающее уровень удовлетворения нужд населения. Качество жизни предполагает более широкие параметры, включая как стандартные критерии, так и состояние окружающей среды, политические условия, общественное настроение. Благосостояние – более комплексное понятие, отражающее доступность материальных и социальных благ, духовных ценностей, возможности гармоничного развития. На рис. 1 продемонстрировано разнообразие критериев, связанных с благосостоянием населения.

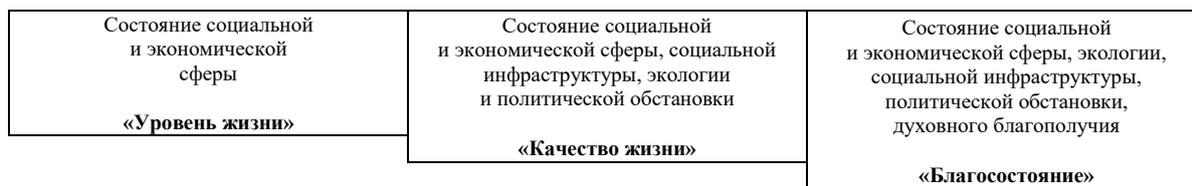


Рис. 1. Соотношение понятий «уровень жизни», «качество жизни» и «благосостояние»

Таким образом, благосостояние – это уровень обеспеченности социально-экономических потребностей, удовлетворенность населения качеством жизни. Качество жизни в этом контексте опосредуется не только значимыми социальными и экономическими характеристиками, но и является индикатором проводимых преобразований, результативностью управленческой деятельности [1]. Вопреки распространенности мультидисциплинарных методов изучения уровня жизни, до сих пор не существует общепринятой методологии для сравнения качества жизни на национальном и международном уровнях. Разнообразие существующих подходов обусловлено использованием разных объемов данных, методами обработки и анализа этих данных, уровнем детализации изучаемых вопросов и стратегиями их измерения. Основные параметры качества жизни населения проявляются во внутренних и внешних взаимосвязях. Согласно этому подходу человек, взаимодействуя с окружающими людьми, природно-экологической и социально-экономической средой, должен быть адаптирован к этим средам, то есть проявлять жизнеспособность, удовлетворять биологические, этнические, психологические, трудовые, экономические, социальные потребности, обеспечивать демографическое воспроизводство.

Понятие «уровень жизни населения» охватывает как фактические, так и перспективные параметры. Фактическая сторона отражается через различные статистические данные. Личное восприятие уникально и специфично для каждого человека. Улучшение качества жизни является ключевым аспектом прогресса общества. Это особенно важно в экономике, ориентированной на социальные потребности, где важнейшим элементом является человек. Исследование качества жизни может быть рассмотрено с трех позиций: в отношении общего населения, различных социальных слоев и домохозяйств с разным уровнем доходов [4]. Основное различие между этими подходами заключается в объеме охватываемых параметров. Так, под уровнем жизни понимается экономическое благополучие, уровень доходов населения, а также удовлетворение основных нужд. Понятие качества жизни включает оценку общего благополучия посредством учета множества факторов, таких как здравоохранение, социальная поддержка, доступность культурных учреждений, транспорта, связи и т.д. [14]. Исследование подходов к оцениванию уровня жизни показывает, что они реализуют два ключевых направления. С одной стороны, рассматривается множество разнородных и зачастую несвязанных друг с другом критериев. С другой стороны, наблюдается стремление к созданию обобщающего показателя, который бы отражал уровень жизни в целом. В настоящее время разработан комплекс индикаторов, которые отображают разнообразные сферы благосостояния общества. Эти индикаторы учитывают две взаимодополняющие перспективы: фактическую и личностную. Односторонний акцент лишь на фактических или исключительно на личностных данных не может дать полную картину реального уровня благосостояния граждан. Особенно сложно оценить личностный аспект, который возможно измерить только через систематически проводимые соцопросы. Индивидуальные оценки формируются на основе личных ценностей, стремлений, а также объективных факторов. Сложность процесса усугубляется тем, что требуется анализировать и сравнивать социальные нормы и их качество с международными стандартами.

В 1990-х годах эксперты ООН приняли решение не ограничиваться анализом экономического благосостояния стран, измеряемого через ВВП на человека, при оценке качества жизни населения [15]. Они предпочли применять комплексный подход, введя концепцию «индекса человеческого развития». Этот индекс объединяет ряд критериев, таких как уровень дохода, образованность, здоровье и продолжительность жизни, позволяя оценить общее состояние развития человека. В 2023 году 60 стран были классифицированы как обладающие высоким показателем индекса развития человеческого потенциала. Норвегия занимает первое место в этом списке с индексом 0,951, выделяясь высокими зарплатами, социальной устойчивостью, низким уровнем коррупции и преступности, стремлением к благоприятной экологии и здоровому образу жизни. Швейцария занимает второе место, а Австралия – третье. В топ-10 также вошли Ирландия, Германия, Исландия, Гонконг, Швеция, Сингапур, а Нидерланды завершают список с результатом в 0,931 по индексу развития человека. Россия, обогнав Черногорию, но уступив Оману, заняла достойное 49-е место среди государств с высоким показателем развития, достигнув отметки в 0,816 [13]. Эксперты выражают сомнения в части выработки универсального индекса оценки благосостояния граждан. Причина заключается в том, что основные составляющие жизни, такие как пища, образование, здоровье, жилье, культура весьма разнообразны для их объединения в один показатель. Существует мнение, что использование единственного комплексного индикатора не позволяет полностью охватить все аспекты качества жизни.

Анализ качества жизни граждан РФ реализуется посредством специально разработанной системы статистических индикаторов, созданной Минэкономразвития РФ и Госкомстатом еще в 1993 году. Она включает семь категорий с использованием покрывающих 39 индикаторов. Так, в разделе анализа качества жизни выделяются критерии, которые можно использовать на уровне регионов [8]. Следует подчеркнуть, что ключевым показателем для оценки стандартов жизни граждан является состав потребления, то есть всеобъемлющий ассортимент физических и интеллектуальных ценностей, необходимых для удовлетворения потребностей типичных домохозяйств, что способствует их нормальному функционированию. В перечень состава потребления включены: пищевые продукты, товары повседневного спроса и различные сервисы. Основу составляет продовольственная часть, которая по международным критериям занимает треть от всех затрат домохозяйств. Через состав потребления устанавливается минимальный уровень дохода, включающий пищевые товары, ключевые непищевые товары, налоги и обязательные взносы. Благосостояние индивидов отражает их реальные жизненные обстоятельства и уровень удовлетворения личных нужд, характерных для конкретного временного отрезка истории. Фокус на улучшение жизненных условий граждан РФ становится основным направлением государственной политики. Благополучие граждан России является ключевым индикатором её политической устойчивости и экономического прогресса. Вопросы улучшения жизненных стандартов занимают центральное место в общественном дискурсе, делая повышение эффективности

национальной политики в этой области особенно важным [2]. Это обусловлено ролью правительства как защитника интересов граждан и их прав, а также как драйвера экономического роста через поддержку местных производителей, стимулирование предпринимательства и привлечение зарубежных инвестиций, что направлено на повышение благосостояния населения. Основная задача государственных регуляторов в области жизненных стандартов граждан заключается в повышении этих критериев для различных социальных слоев, включая каждого жителя России [6]. Реализация ключевых задач и целей, определенных в планах социально-экономического развития России, предполагает формирование специализированных программ. Эти программы служат основой составления бюджетов, способствуя увеличению результативности государственного регулирования. Правительственные инициативы направлены на улучшение стандартов и условий жизни граждан. Основные направления регулирования уровня и качества жизни населения в РФ отражены на рис. 2.

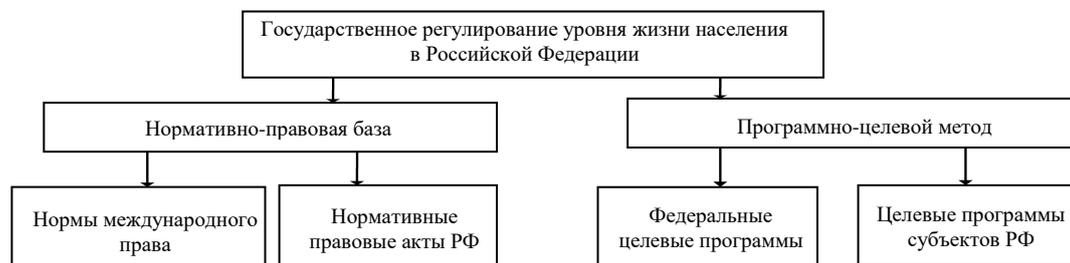


Рис. 2. Механизмы государственного регулирования уровня и качества жизни населения в РФ

В России существует законодательная база, определяющая правовые основы стандартов жизни населения. Важнейшим документом является Конституция РФ, где закреплён статус социального государства, стремящегося к реализации достойной жизни и неограниченного личного роста каждого гражданина. Федеральный закон 134-ФЗ «О прожиточном минимуме в Российской Федерации» служит базой для определения прожиточного минимума на всей территории страны. Этот документ регламентирует процедуру определения минимального уровня дохода, необходимого для жизни, и включает этот показатель в систему государственных обязательств по обеспечению граждан минимально необходимыми финансовыми средствами, а также другими формами социальной поддержки. Этот документ устанавливает критерии по ключевым экономическим индикаторам жизни. Согласно первой статье, базовый набор включает в себя жизненно важные продукты питания, товары повседневного спроса и услуги для поддержания здоровья и активности человека [7]. Минимальный уровень дохода представляет собой денежную оценку этого набора, включая обязательные налоги и взносы. В регионах России состав потребительского набора определяется местными законодательными структурами, принимающими во внимание климатические особенности, культурные традиции и специфику регионального потребления товаров и услуг. Размер минимального дохода, необходимого для жизни, пересматривается и устанавливается каждые три месяца. На общенациональном уровне эту задачу выполняет Правительство РФ, а на уровне регионов – местные исполнительные власти [5]. Ключевые элементы, посредством которых государство влияет на качество и уровень жизни граждан, включают:

- установление минимальных социальных стандартов на государственном уровне, благодаря которым в Российской Федерации обеспечивается выполнение социальных обязательств, закреплённых в Конституции страны;
- государственное управление заработной платой;
- управление социальным прогрессом, гарантирование удовлетворения базовых потребностей, защита прав и стремлений граждан.

Для улучшения системы контроля за качеством и стандартами жизни населения критически важно организовать работу по повышению эффективности работы правительственных структур [10]. Это включает создание и применение национальных критериев, социальных мер и стандартов для обеспечения достойного уровня жизни, а также установление процедур для мониторинга и проверки их выполнения. Оценка затрат, необходимых для достижения социальных стандартов и поддержки социальной инфраструктуры в контексте улучшения качества жизни граждан, играет ключевую роль. Кроме того, важно активно бороться с проблемами, которые мешают нормальной жизни людей, обеспечивать общественность информацией о них и предпринимать шаги для их решения [3]. Рассмотрим основные параметры уровня жизни последних лет на примере Тывы. При анализе основных параметров уровня жизни населения Тывы целесообразно разделить их на 5 основных групп: доходы населения; социальное и пенсионное обеспечение; социально-экономическая дифференциация населения по доходам; расходы, имущество и сбережения населения; жилищные условия населения. Представим данные группы конкретными показателями. Среднедушевые ежемесячные доходы в 2021 году составили чуть более 24 тыс. р.. Анализ структуры использования денежных средств даёт возможность увидеть преобладание товаров и услуг – 86,4%. При этом на оплату обязательных платежей и взносов направлялось 12,5%, остальная доля представлена прочими расходами [12]. Исследование динамики заработной платы по крупным и средним организациям показывает среднемесячные значения за 2022 год – 32592 р., что по сравнению с 2017 годом больше на 10,5%, а с 2014 годом – в 1,4 раза. Однако величина прожиточного минимума по данным Комитета по труду и занятости населения в 2021 году составляла 9322 р. Численность же населения с доходами ниже прожиточного минимума составила 337,5 тыс. чел., т.е. 13,4% от численности населения.

В 2021 году численность пенсионеров согласно данным Отделения Пенсионного фонда РФ по Республике Тыва составила 770,6 тыс. чел., а средний размер назначенных пенсий в регионе на 1 января 2021 г. составил 13316 р.. В 2017-2020 гг. пенсионеров насчитывалось 766 и 768 тыс. чел. соответственно, а средняя пенсия за последний год увеличилась на 750 р., составляя в 2020 году 12566 р.. Проанализируем распределение населения по размеру среднедушевого денежного дохода в 2021 году. Исходя из данных ежегодника Республики Тыва, можем констатировать, что 35,8% населения получает доходы в размере от 9000,1 до 18,000 тыс. р., 24% населения имеет доходы от 18000,1 до 27000 тыс. р., а чуть более 7% имеют доходы свыше 45 тыс. р.. При этом распределение структуры потребительских расходов отражает следующее: 38,5% представлено расходами на непродовольственные товары, 34,9% составляют расходы на продукты питания, 25% – оплата услуг и 1,6% – алкогольная продукция.

Демографическая ситуация республики представляется достаточно сложной и характеризуется тенденцией снижения численности населения. Численность населения республики на начало 2021 года составила 2507,6 тыс. чел. и имеет тенденцию сокращения в сравнении с 2020 годом на 13,9 тыс. чел.. Выявленной причиной сокращения численности населения является естественная убыль населения, которая обусловлена процессами депопуляции, т.е. превышением численности умерших над родившимися, что наблюдается еще с 1992 года. При этом в 2014 году естественная убыль населения превысила 5,2 тыс. чел., составив к 2021 году уже 10,1 тыс. чел.. С 2014 года прослеживается тенденция увеличения продолжительности жизни с 71,5 лет до 73,6 лет: у мужчин с 66,2 до 68,6, у женщин с 77,0 до 78,4. Это представляется положительным фактом демографической ситуации Республики. Сокращение численности населения продолжается при изменении возрастной структуры, что подчеркивает снижение демографического потенциала. Трудовые ресурсы Республики Тыва в 2021 году составляли 1430,6 тыс. чел.. Это на 1,1% меньше по сравнению с 2017 годом. Рабочая сила в 2021 году выросла на 1,6% в сравнении с 2017 годом, составив 1290,7 тыс. чел.. Количество зарегистрированных в службе занятости безработных на конец 2020 года составило 9,6 тыс. чел.. Это на 13,2% меньше по сравнению с 2017 годом. Уровень безработицы на основании данных Комитета по труду и занятости Республики Тыва в 2021 году понизился на 0,1% по сравнению с 2017 годом. В последние годы в Республике Тыва зафиксировано снижение числа студентов высших учебных заведений. Так, в 2020-2021 учебном году в высших учебных заведениях обучалось 60,8 тыс. студентов, что на 2,8% ниже результатов предыдущего учебного периода и на 23,2% ниже результата 2014-2015 года [11].

Определим основные индикаторы, которые достигла Республика Тыва в сфере здравоохранения. В 2020 году в Республике Тыва насчитывалось 89 больниц по сравнению со 108 в 2014 году. В 2021 году отмечалось уменьшение числа врачей на 8,2% по сравнению с 2014 годом, по среднему медицинскому персоналу снижение несколько ниже – на 6,5%. Уровень обеспеченности населения медицинскими работниками в 2021 году составил 45,1 чел. на 10 тыс. населения, что меньше по сравнению с 2014 годом – 48,2, по больничным койкам тоже наблюдается отставание – 87,7 койки против 88,5. Заболеваемость населения в 2021 году незначительно возросла, на 0,85% по сравнению с 2015 годом. В Республике Тыва на охрану окружающей среды и рациональное использование природного потенциала в 2021 году освоено 2379,2 млн р. за счёт всех источников финансирования, что выше по сравнению с 2017 годом, составившим 1375,1 млн р.. На проведение природоохранных мероприятий, рационализацию использования водного потенциала в 2021 году направлено 513,5 млн р.. Инвестиции в основной капитал, связанный с охраной атмосферного воздуха, в 2021 году направлено в 20,1 раза больше по сравнению с уровнем 2017 года [12]. В регионе наблюдаются средние результаты. Можно отметить тенденции роста средней заработной платы, но при этом снижение покупательной способности населения. В Республике Тыва наблюдается небольшой рост средней пенсии, что является положительным явлением для социального обеспечения пенсионеров. Коэффициент концентрации доходов в регионе почти 3,5%, что ниже среднего показателя по России, но это говорит нам о довольно неравномерном распределении доходов в обществе.

Обсуждение

К основополагающим профильным мероприятиям можно отнести следующие:

- формирование развитой социально ориентированной инфраструктуры;
- понижение уровня административных барьеров с целью роста среднего и малого бизнеса, создание дополнительных льгот, гарантий, субсидий, повышение уровня открытости системы государственных заказов;
- усиление контроля и ответственности за загрязнение окружающей среды, включая введение ежегодной отчетности, отражающей уровни выбросов загрязняющих;
- развитие инфраструктуры для образования, что приведет к росту общего уровня грамотности населения;
- внедрение мониторинга результативности функционирования органов государственной власти по составным показателям факторов качества жизни [9].

Важной задачей является совершенствование законодательства в части стандартов уровня и качества жизни населения в России, что позволит систематизировать основные понятия и уточнить методику и технологии мониторинга качества жизни. Это даст возможность четко и однозначно сформулировать целевые установки социально-экономической деятельности, направленной на повышение качества и уровня жизни населения. Разработка единой системы показателей качества и уровня жизни позволит использовать общие и официально установленные подходы к измерению, методике расчета показателей, а также определению интегрального показателя качества и уровня жизни.

Заключение

Сравнение различных точек зрения в части определения качества и уровня жизни позволяет сделать вывод: качество выступает категорией, которая отражает степень удовлетворения человеком социальных и духовных потребностей, а уровень жизни содержит материальную составляющую. На сегодняшний день методики отличаются друг от друга, что не позволяет объективно оценить качество и уровень жизни в Российской Федерации и её субъектах. Регулирование государством качества и уровня жизни населения реализуется посредством двух методов – нормативно-правового и программно-целевого. Первый метод подразумевает закрепление основ по качеству и уровню жизни населения в официальных нормативно-правовых актах, а второй метод заключается в разработке и реализации государственных программ, федеральных целевых программ, национальных проектов и соответствующих документов на уровне субъекта РФ. Характеристика качества и уровня жизни населения Республики Тыва показала, что наблюдается отставание от среднероссийских показателей по динамике демографии, доходов населения, здравоохранению, уровню потребления и безопасности. Положительная динамика наблюдается в секторах экологии, жилья и труда. Повышение уровня жизни в регионе осуществляется посредством стратегического планирования, направленного на социально-экономическую сферу. Практическая реализация данных предложений позволит повысить результативность и социальную эффективность деятельности в социально-экономических секторах региона.

Литература

1. Андреева О.Н. Уровень и качество жизни: содержание понятий и их составляющие // Регионоведческие исследования, 2020. – № 4. – С. 68-77.
2. Беляева Л.А. Качество жизни в субъективных оценках населения: Россия в европейском контексте // Вестник Российского университета дружбы народов, 2020. – Т. 18. – № 4. – С. 680-694.
3. Данилова И.С. Зарубежный и отечественный опыт оценки качества жизни населения / И.С. Данилова, И.Н. Аммосов. // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. – 2021. – № 1. – С. 5-14.

4. Загоруйко А.Ю. Уровень и качество жизни населения как основной критерий устойчивого социально-экономического развития общества Роль статистики в принятии управленческих решений // Изд-во Курганской ГСХА, 2017. – 89 с.
5. Измайлова А.С. Показатели уровня жизни населения России / А.С. Измайлова, О.И. Шершнева. // Тенденции развития науки и образования, 2021. – № 50-4. – С. 73-75.
6. Маклакова Е.А. Качество жизни как объект государственного программирования в России // Экономика нового мира, 2017. – № 3. – С. 48-58.
7. Россошанский А.И. Типология регионов России по показателям качества жизни населения // Государственный советник, 2020. – № 3. – С. 5-9.
8. Тухужева Л.А. Качество и уровень жизни населения // Вопросы науки и образования, 2020. – № 29. – С. 52-54.
9. Хаценко А.Н. Задачи государственного регулирования качества жизни в Российской Федерации // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета, 2016. – № 2. – С. 47-50.
10. Юкиш В.Ф. Прогнозирование показателей уровня и качества жизни населения России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук, 2020. – № 2. – С. 190-194.
11. Краткая информация об итогах социально-экономического развития Республики Тыва за 2021 год [Электронный ресурс]. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://mert-tuva.ru/wp-content/uploads/2023/04/kratkaya_informaciya_ob_itogah_ser_rt_za_2021g._na_sayt.pdf.
12. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва [Электронный ресурс]. – URL: <https://24.rosstat.gov.ru/>.
13. Learning from Economic Downturns: How to Better Assess, Track, and Mitigate the Impact on the Health Sector / Xiaohui Hou, E.V. Velenyi, Abdo S. Yazbeck, Roberto F. lunes, Owen Smith. – The World Bank, Washington, 2013.
14. Shvets Y.Y. Regional Health Promotion: Health Care Development and Improvement of Health Care System // Test Engineering and Management, 2020. – V. 82. – P. 353-362.
15. Stamati F. Health care reforms and the crisis / F. Stamati, R. Baeten. – Report 134. European Trade Union Institute, 2014.

УДК 338.264

С.А. Евсеева, М.С. Злотников, Л.С. Есенжулова

ГОРОД КАК ОБЪЕКТ ИННОВАЦИОННОЙ ESG-ТРАНСФОРМАЦИИ

S.A. Evseeva, M.S. Zlotnikov, L.S. Yesenzhulova

THE CITY AS AN OBJECT OF INNOVATIVE ESG TRANSFORMATION

Ключевые слова: город, ESG-стратегия, ESG-факторы, ESG-трансформация, стейкхолдеры, стейкхолдерский подход, инновации, инфраструктура.

Keywords: city, ESG strategy, ESG factors, ESG transformation, stakeholders, stakeholder approach, innovation, infrastructure.

Цель: уточнить понятие «город», как объекта инновационной ESG-трансформации, которая подразумевает учет определенных параметров при разработке стратегий устойчивого развития и включает в себя три фактора: экология (E), социальная политика (S), качество управления (G). Обсуждение: отмечено, что для решения проблем, препятствующих устойчивому развитию городов необходим переход к новой модели управления с учетом ESG-факторов. Несмотря на то, что города активно включились в повестку устойчивого развития, остаются нерешенными проблемы отсутствия единых методологических подходов к осуществлению ESG-трансформации. Авторы отмечают, что отсутствует единая и общепринятая формулировка понятия города как объекта устойчивого развития. Ключевое влияние на успешность ESG-трансформации оказывает понимание того, что разнообразие городов является итогом предшествующего развития, и создает предпосылки для будущего развития. Результаты: на основе анализа научной литературы уточнено многоаспектное понятие «город». Представлены результаты исследования, позволяющие понять, как разнообразие городов влияет на реализацию целей ESG-повестки. Так, установлено, что приоритеты экономического развития города существенно влияют на формирование экологической компоненты ESG-трансформации, а проблемы устойчивого развития, с позиции управленческой компоненты, зависят от административно-территориального устройства города. В современной трактовке города, как сложной и открытой социально-экономической системы, делается акцент на необходимости выявления и измерения эффектов, порождаемых взаимодействием образующих его элементов. Изучение авторами влияния стейкхолдеров на устойчивое развитие городов показало, что оно обеспечивается сбалансированностью интересов его стейкхолдеров. В работе сформулированы основные положения стейкхолдерской модели города. Предлагаемые разработки могут быть использованы специалистами при внедрении ESG-повестки в стратегическое развитие городов.

Purpose: clarification of the concept of "city" as an object of innovative ESG-transformation, which takes into account certain parameters in the development of sustainable development strategies, and includes three factors: ecology (E), social policy (S), quality of governance (G). Discussion: in order to solve the problems hindering the sustainable development of cities, it is necessary to make a transition to a new model of governance, taking into account ESG factors. Cities have actively joined the sustainable development agenda, but the problems of lack of unified methodological approaches to the implementation of ESG-transformation remain unresolved. The authors note that there is no single universally accepted formulation of the concept of the city as an object of sustainable development. The success of ESG-transformation depends on the understanding that urban diversity is the result of previous development and creates prerequisites for future development. Results: the multidimensional concept of "city" is clarified based on the analysis of scientific literature. The results of the study show how the diversity of cities affects the realization of ESG-agenda goals. It was found that the priorities of economic development of the city significantly affect the formation of the environmental component of ESG-transformation, and the problems of sustainable development, from the position of the managerial component, depend on the administrative-territorial structure of the city. The modern interpretation of the city as a complex and open socio-economic system emphasizes the need to identify and measure the effects generated by the interaction of its constituent elements. The influence of stakeholders on sustainable urban development is ensured by the balance of interests. The main provisions of the stakeholder model of the city are formulated. The results can be used by specialists in the implementation of ESG-agenda in the strategic development of cities.

Электронный адрес: sae1972@rambler.ru, zulinkot@mail.ru, genzels@mail.ru

Введение

Города играют важную роль в развитии государства, являясь центрами экономического роста, инноваций, технологий и капитала. Вместе с тем в настоящее время главными вызовами, стоящими перед российскими городами, являются экономические, экологические, социальные, инфраструктурные и управленческие проблемы. Экономические проблемы, связанные с низкой инвестиционной активностью, недостатком рабочих мест, низкой активностью малого и среднего бизнеса, препятствуют экономическому росту и устойчивому развитию городов. Экологические проблемы, вызваны загрязнением воздушного и водного пространства, нерациональной эксплуатацией природных ресурсов, дефицитом зеленых зон и парков, негативно влияют на качество жизни населения городов и на окружающую среду. Социальные проблемы, такие как безработица, неравенство в доходах, недоступность жилья, низкий уровень жизни, создавая неблагоприятные условия для жизни населения, препятствуют устойчивому развитию. Инфраструктурные проблемы, включающие недостаток дорог, общественного транспорта, парковочных мест, образовательных и медицинских учреждений снижают качество жизни населения и ограничивают возможности развития городов. Управленческие проблемы, обусловленные недостаточной эффективностью городского управления, отсутствием прозрачности и открытости, затрудняют процесс принятия и реализации мер по устойчивому развитию городов. Решение этих проблем требует поиска путей повышения эффективности управления. Однако существующая модель управления городом не решает выявленные проблемы и, следовательно, требуется ее трансформация. Трансформация в переводе с латинского «transformatio» означает «преобразование, превращение, метаморфоза», а трансформировать означает «превращать, преобразовывать».

В современных условиях одним из главных трендов является ESG-трансформация. ESG-трансформация – переход к модели устойчивого развития города, при котором в равной степени учитываются социальные, экономические и экологические факторы. Города активно включились в повестку устойчивого развития. По данным проведенной ESG-оценки «Эксперта РА» в 2021 году более 700 городов России включают устойчивое развитие в документы стратегического

планирования (в 2011 году число городов было 32) [14]. Основной целью экологической компоненты ESG-повестки развития городов является формирование таких условий функционирования среды, при которых обеспечивается рациональное использование природных ресурсов, их своевременное восстановление и достаточная охрана. Основной целью социальной компоненты ESG-повестки развития городов является обеспечение приоритетность персональной безопасности каждого человека, когда уровень качества среды обеспечивает максимальный комфорт не только быта и культурного досуга, но и условий труда в любой сфере производства. Основной целью управленческой компоненты ESG-повестки развития городов является достижение такого уровня качества в решении задач управления, которое позволит положительно влиять на состояние окружающей среды, а значит и улучшать критерии жизни населения. Без эффективного и качественного управления невозможно реализовать социальные и экологические проекты. Успешность ESG-трансформации зависит от понимания сущности города, как объекта трансформации. Анализ научной литературы показал, что существуют проблемы в теоретическом и методическом аспектах, затрудняющие понимание города как объекта процесса ESG-трансформации. Цель исследования – проанализировать сущность города как объекта управления в процессе ESG-трансформации. Основными задачами исследования являются:

- уточнить определение термина «город»;
- показать необходимость учета разнообразия городов в процессе ESG-трансформации;
- исследовать основные элементы города, как сложной социально-экономической системы;
- описать особенности использования стейкхолдерского подхода применительно к городу.

Методы

Для решения задач исследования были использованы общенаучные методы познания, применены: аналитический метод, метод логических обобщений, метод систематизации.

Результаты

Многоаспектное определение понятия «город». «Город», как понятие, до сих пор не имеет единой и общепринятой формулировки (табл. 1). Действительно сложно дать четкое определение этому многофакторному, многоуровневому и сложному явлению. Город исследуется не только урбанистикой и градостроительной наукой. Для политических наук этот объект предстает как «административно-территориальная единица государства или муниципальное образование». Для экономики город прежде всего – комплекс производства и потребления товаров и услуг.

Таблица 1

| Подходы к термину «город» | |
|---------------------------|---|
| Автор | Понятие |
| М. Вебер [3] | Замкнутое (во всяком случае, относительно) поселение, «населенный пункт», а не одно или несколько отдельно расположенных жилищ |
| Е.Н. Заборова [6] | Созданная в ходе исторического творчества людей искусственная среда обитания, представляющая собой динамическую открытую систему социокультурных территориально-пространственных мест и потоков |
| С.А. Кузнецов [7] | Крупный населенный пункт, административный, промышленный, торговый и культурный центр района, области, округа |
| И.В. Манаева [9] | Населенный пункт, являющийся промышленным, экономическим и культурным центром с развитой инфраструктурой, население которого занято вне сельскохозяйственной сферы |
| Е.Р. Метелева [10] | Сложная структура, включающая в себя экономическую, социальную, географическую и градостроительную системы. Город, с одной стороны, географический объект, а с другой – деятельность пространства (экономического, социального, культурного, информационного) |
| В.В. Таболин [17] | Населенный пункт, правовой статус и территория которого в соответствии с законодательством определены уставом города, где с целью обеспечения необходимого уровня жизнедеятельности и в интересах городского населения, осуществляются государственная власть и местное самоуправление |
| Т.А. Фролова [19] | Населенный пункт или территория, объединяющая населенные пункты, ограниченная городской чертой, с развитой инфраструктурой, с наличием определенного финансово-экономического потенциала, в пределах которой осуществляются публично-властные полномочия органов государственной власти и местного самоуправления |

Таким образом, многообразие подходов к раскрытию понятия «город» предоставляет возможность охарактеризовать его в следующих аспектах: пространственный (территориальный), демографический, экономический, социальный, правовой, культурно-исторический, агломерационный.

Роль типологизации в процессе ESG-трансформации городов. Разнообразие городов, являющееся итогом предшествующего развития, и как существенную предпосылку для будущего развития требует индивидуального подхода к выбору стратегии ESG-трансформация. Выбор стратегии ESG-трансформация зависит от того, к какому типу, относится город с точки зрения различных классификационных признаков. Изучение процессов ESG-трансформации на уровне городов – это поиск их уникальных особенностей, которые делают его не похожим на другие города. Выделяют различные подходы к классификации городов [8]. Рассмотрим каким образом разнообразие городов влияет на осуществление ESG-трансформации на примере Красноярского края.

1. Генетическая типология. Основным фактором формирования генетической типологии является время возникновения города. По мнению Я.Е. Водарского, датой основания (возникновения) города могут считаться две даты: дата основания или возникновения его как населенного пункта, и дата его учреждения как города, т.е. получение им от правительства юридического статуса города в форме законодательного акта или путем создания (или утверждения) в населенном пункте сословных общин посадских людей, купцов и мещан [4]. В рамках генетической типологии анализ развития городов Красноярского края в целях ESG-трансформации позволяет прояснить специфику и очередность процессов, которые формируют как сам город, так и перспективы его развития, неразрывно связанные с историей его возникновения (табл. 2). В зависимости от времени возникновения городов Красноярского края можно разделить на 2 группы. В первую группу входят города, ведущие свою историю от острогов, возникших в первой половине XVII века. Среди этих городов следует выделить Красноярск, Ачинск, Канск, Енисейск. В конце XIX в. с построением Транссибирской железной дороги связано появление городов Уяр, Боготол и Иланский. В целях освоения Арктики в 1667 году было организовано «зимовье Дудино ясашно». Дальнейшее развитие Дудинки в 30-х годах XX века как морского порта в низовьях Енисея, самого

северного международного морского порта в России и крупнейшего в Сибири необходимо было для обеспечения круглогодичной навигации и перевозки грузов по Северному морскому пути. Вторая группа – города нового типа, возникающие в XX веке, отличаются народнохозяйственным профилем, ролью в социально-экономическом развитии, особенностями территориального распределения.

Таблица 2

Классификация городов по возрасту [11] (составлено авторами)

| Город | Первое упоминание | История поселения | Год присвоения статуса города | Цель основания |
|--|-------------------|--|-------------------------------|---|
| 1 группа - Самые старые города на начало 1918 гг. | | | | |
| Енисейск | 1619 | Острог на Енисее | 1676 | Центр развития ремесла и торговли |
| Красноярск | 1628 | Острог для защиты от кочевников южных рубежей Енисейского уезда | 1690 | Развитый центр промышленности |
| Канск | 1636 | Острог для защиты от кочевников южных рубежей Енисейского уезда | 1822 | Центр транзитной торговли на Московском тракте. Мыловаренный, кожевенный и два салотопенных завода. |
| Ачинск | 1641 | Острог на р. Белый Июс | 25.07.1683 | Административный центр по сбору дани с кочевников, перевалочный пункт на сухопутной дороге Тобольск – Иркутск |
| Минусинск | 1741 | Строительство железодельного завода | 14.01.1823 | Крупный торговый центр на юге Сибири |
| Боготол | 1771 | Железнодорожная станция с крупными мастерскими при строительстве железной дороги с 1893 года | 1911 | Транспортный узел |
| 2 группа - Российские города, образованные в 1918-настоящее время | | | | |
| 1918-1941 гг. | | | | |
| Иланский | 1733 | Почтовая станция на Московско-Сибирском тракте Бурное развитие селения началось со строительством Сибирского тракта в XVIII в. | 1939 | Транспортный узел |
| Игарка | 1733-1743 | Игаркино зимовье было описано Харитоном Лаптевым, участником Великой Северной экспедиции 1735-1741 гг. | 1929 | Строительство лесокombината и морского порта |
| Артемовск | 1700 | Поселение старателей Ольховского золотого прииска | 1939 | Добыча золота |
| 1942-1945 гг. | | | | |
| Уяр | 1760 | Станок-зимовье и ямская изба на Московско-Сибирском тракте Почтовая станция для сообщения восточно-сибирских городов с Тобольском и Санкт-Петербургом | 1944 | Транспортный узел |
| 1946-наст. время | | | | |
| Заозерный | 1776 | Возникли слюдяные копи, в которых ломали слюду для казенных и церковных зданий. | 1948 | Добыча угля |
| Дудинка | 1667 | Ясачное зимовье | 05.05.1951 | - |
| Норильск | 1884 | Норильское зимовье было описано Харитоном Лаптевым, участником Великой Северной экспедиции 1735-1741 гг. | 1953 | Открытие месторождения полиметаллических руд и каменного угля |
| Ужур | 1760 | Резиденция хакасского князя Г. Ульчугашева Поселение Ужур Хучур-Тура (в переводе – «поселение на солончаке»), которое стало столицей Кызыльского княжества. | 1953 | Строительство в 30-х годах железной дороги Ачинск-Абакан. Центр крупного агропромышленного комплекса |
| Железногорск | 1950 | Строительство уранграфитовых реакторов для получения плутония-239 | 1954 | Строительство уранграфитовых реакторов для получения плутония-239 |
| Назарово | 1700 1888 | Деревня названа по имени основателя Назария Патюкова | 1961 | Открытие месторождения бурого угля |
| Дивногорск | 1888 | Основание монашеского Знаменского скита | 04.04.1957 | Строительство Красноярской ГЭС |
| Лесосибирск | 1640 | Деревня Маклаков Луг | 1975 | Строительство деревообрабатывающего предприятия |

Окончание таблицы 2

| Город | Первое упоминание | История поселения | Год присвоения статуса города | Цель основания |
|--------------|-------------------|---|-------------------------------|---|
| Бородино | 1945 | Поселение солдат ссыльного Семеновского полка, участвовавшие в Бородинском сражении 1812 года | 1981 | Разработка месторождения бурого угля |
| Шарыпово | 1760 | Место освоения русскими поселенцами Сибири | 1981 | Разработка месторождения бурого угля |
| Сосновоборск | 1970 | Строительство Красноярского завода автомобильных и тракторных прицепов и полуприцепов | 1985 | Строительство Красноярского завода автомобильных и тракторных прицепов и полуприцепов |
| Кодинск | 1930 | Кодинская заимка, где проживали и работали спецпереселенцы | 25.08.1989 | Строительство Богучанской ГЭС |
| Зеленогорск | 1920 | Строительство электрохимического завода по производству высокообогащенного (оружейного) урана | 18.07.1956 | Строительство электрохимического завода по производству высокообогащенного (оружейного) урана |

Таким образом, огромный опыт развития городов показывает, что города развиваются в соответствии с определенными объективными предпосылками и закономерностями, которые необходимо учитывать при осуществлении ESG-трансформации.

2. Функциональная специализация. Детальный анализа функциональной специализации городов, дает возможность определить приоритеты экономического развития города, как для традиционных для него отраслях, так и для только возникающих и развивающихся. Только такой анализ позволит определить динамику положительного либо отрицательного прогноза его развития. Классификация городов в Красноярском крае в зависимости от специализации представлена в табл. 3. Функциональная специализация городов Красноярского края вносит заметный вклад в формирование экологической компоненты ESG-повестки развития этих городов. Города на территории края специализируются на опасных для окружающей среды секторах промышленности: топливно-энергетическая, черная и цветная металлургия, химическая, целлюлозно-бумажная, строительная.

Таблица 3

Классификация городов в Красноярском крае в зависимости от специализации [11]

| Специализация | Города |
|------------------------------------|---|
| Высокие технологии | Красноярск, Железногорск, Зеленогорск |
| Финансы и торговля | Красноярск, Ачинск |
| Транспорт и логистика | Красноярск, Лесосибирск, Дудинка, Игарка, Ачинск, Норильск, Боготол, Шарыпово, Канск, Уяр |
| Машиностроение и металлообработка | Красноярск, Дивногорск, Сосновоборск, Ачинск, Боготол, Канск, Бородино, Иланский |
| Деревообработка | Красноярск, Сосновоборск, Канск, Лесосибирск, Кодинск, Енисейск, Минусинск |
| Добыча и переработка угля | Назарово, Ужур, Бородино |
| Цветная металлургия | Красноярск, Ачинск, Норильск |
| Добыча золота | Артемовск |
| Гидроэнергетика | Дивногорск, Кодинск |
| Энергетика | Красноярск, Железногорск, Зеленогорск, Сосновоборск, Норильск, Шарыпово |
| Химическая промышленность | Красноярск, Железногорск, Канск, Лесосибирск |
| Целлюлозно-бумажная промышленность | Красноярск |
| Нефтехимия | Ачинск, Уяр |
| Атомная промышленность | Железногорск, Зеленогорск |
| Космическая промышленность | Железногорск |
| Туризм и рекреация | Красноярск, Дивногорск, Ужур, Минусинск, Норильск |
| Культурный и исторический центр | Красноярск, Енисейск, Минусинск, Канск |
| Образовательный центр | Красноярск, Лесосибирск, Канск, Норильск |
| Научный центр | Красноярск |

3. Классификации городов по величине (численности населения). Степень развитости функциональной структуры находится в прямой зависимости от численности города. Размер города предопределяет характер его экологических, социальных и управленческих проблем. Например, сложность транспортного обслуживания, вызванная протяженностью и постоянным разрастанием количества маршрутов, характерна для больших городов, когда места проживания неизбежно удалены от объектов производства и жизнеобеспечения.

Таблица 4

Классификация городов в Красноярском крае в зависимости от численности (оценка на 1 января 2022 г.) [13]

| | |
|--|---|
| Малые города (население до 50 тыс. чел) | Артемовск, Боготол, Бородино, Дивногорск, Дудинка, Енисейск, Заозерный, Игарка, Иланский, Кодинск, Назарово, Сосновоборск, Ужур Шарыпово, Уяр |
| Средние города (население от 50 тыс. чел до 99,9 тыс. чел) | Железногорск, Зеленогорск, Канск, Лесосибирск, Минусинск |
| Большие города (население 100 – 249, 9 тыс. чел) | Ачинск, Норильск |
| Города-миллионеры (население 1 млн и более) | Красноярск |

В Красноярском крае расположено 23 города, из них 15 (65,2%) относится к малым городам, 5 (21,7%) к средним городам, 2 (0,09%) больших города и один город-миллионер (г. Красноярск) (табл. 4).

4. Классификация городов в зависимости от административно-территориального устройства. Административно-территориальной единицей следует называть часть территории субъекта Федерации, имеющую собственное наименование, располагающую определенными границами и выделяемую с целью решения вопросов государственного и местного значения. За каждой административно-территориальной единицей закрепляется своя область полномочий, обуславливающих ее способность к автономному функционированию и исполнению структурообразующих функций. Для каждого типа административно-территориального устройства характерны свои проблемы территориальной организации местного самоуправления, которые влияют на особенности формирования управленческой компоненты ESG-повестки развития городов. Так, в составе Красноярского края 56,5% городов являются городами краевого подчинения, 34,8% городов находятся в районном подчинении (табл. 5).

Таблица 5

Классификация городов Красноярского края
в зависимости от административно-территориального устройства [11]

| Тип административно-территориального устройства | Города |
|---|--|
| города федерального значения | Отсутствуют |
| города областного, республиканского, краевого, окружного значения (подчинения) | Ачинск, Боготол, Бородино, Дивногорск, Енисейск, Канск, Красноярск, Лесосибирск, Минусинск, Назарово, Норильск, Сосновоборск, Шарыпово |
| города районного значения (подчинения) | Артемовск, Дудинка, Заозерный, Игарка, Иланский, Козинск, Ужур, Уяр |
| 2 города, образующих ЗАТО, не отнесённых к категории краевого или районного города законодательством края | Железногорск, Зеленогорск |

Таким образом, при разработке рекомендаций по осуществлению ESG-трансформации городов необходимо понимание к какому типу относится город с точки зрения количественных и качественных критериев. Типология позволит провести обобщение, позволяющее получить комплексную характеристику городов и обосновать ESG – стратегию их развития.

Обсуждение

Город как социально-экономическая система. Важнейшим вопросом при осуществлении ESG-трансформации городов является исследование основных характеристик города, как сложной и открытой социально-экономической системы. Цели, задачи и направления устойчивого развития городов, при их разработке, требуют определить согласованность структур городской системы с направлениями политики устойчивого развития в разрезе ESG-факторов: E (экологических), S (социальных), G (управленческих) [22]. Описание города на основе использования системного подхода, позволяет определить структуру городской системы, локализованной на определенной территории и находящейся во взаимодействии с внешней средой. Представляя город, как систему, исследователи предлагают разные модели с различными комбинациями элементов. Так в работе [19] представлена модель города, в которой выделяются два крупных блока – географическое и социальное пространство, последнее подразделяется на четыре элемента – экологический, материально-вещный, информационно-культурный и антропоцентрический. Особое значение, по мнению автора, имеет географическое пространство, которое влияет не только на экономические, но и на социокультурные аспекты городской жизни [13]. Хурматуллина А.Ф. в структуре города выделяет три основных субъекта: население (домохозяйства), хозяйствующие субъекты и органы местного самоуправления [20]. Букало С.С. утверждает, что основными основополагающими подсистемами города являются экономическая, социальная и пространственная подсистема [2]. Новичков Н.В. предлагает структурировать город на три подсистемы с последовательным выделением трех системных уровней от физических к идеальным системам [12]. В городе как в системе можно выделить три системных уровня: территорию (физические системы), жителей (пересечение множеств физических и идеальных систем), смыслы (идеальные системы). Горанова О.А., Иванов И.О., Титов Е.В. рассматривает городское хозяйство в форме сложной предметной структуры, выделяя составляющие: 1) территориальная подсистема города; 2) население города; 3) градообразующая сфера города; 4) градообслуживающая сфера города; 5) городские управленческие структуры [5].

Таким образом, при выборе стратегии ESG-трансформация необходимо рассматривать город с позиции системного подхода, как сложную систему, имеющую организованную внутреннюю структуру, находящуюся в постоянном динамическом взаимодействии с внешней средой. Основными элементами города в соответствии с целевой установкой, заключающейся в обеспечении условий жизнедеятельности и качества жизни человека, можно считать следующие подсистемы:

- градообслуживающая, объединяющая все отрасли нематериального производства (организации торговли, общественного питания, учреждения системы образования, здравоохранения, культуры, жилищно-коммунальное хозяйство и другие виды обслуживания населения), обеспечивающие жизнедеятельность города;
- градообразующая, включающая все отрасли материального производства;
- финансово-экономическая, осуществляющая финансовое обеспечение деятельности малых и средних городов для обеспечения их устойчивого развития;
- социальная, состоящая из блоков социально-демографической и профессионально-квалификационной структур населения;
- управленческая, объединяющая совокупность структур управления в федеральных, региональных и муниципальных органах власти.

Город как стейкхолдерская модель. Особенностью современной парадигмы управления устойчивым развитием города на основе ESG-принципов является то, что развитие города и эффективное управление этим процессом становятся предметом интереса его стейкхолдеров [21]. При осуществлении эффективного взаимодействия между стейкхолдерами могут быть решены различные экономические, социальные и экологические проблемы города. Для решения данной проблемы необходимо представить город в виде стейкхолдерской модели, которая должна описать возможный состав города с точки зрения выявления субъектов, обладающих неким набором интересов, обязательств и прав в отношении города,

заинтересованных в его развитии для удовлетворения имеющихся потребностей. На основе анализа различных стейкхолдерских моделей управления городом нами выделены основные его стейкхолдеры: население, бизнес-сообщество, органы власти [1,15,16,18]. При разработке стейкхолдерской модели города необходимо учитывать следующие положения.

1. Главной движущей силой внедрения стейкхолдерского подхода в управлении городом является интерес. Стейкхолдеры города являются носителями обособленных интересов и владельцами определенных ресурсов. Стратегические планы развития города должны обязательно учитывать ключевые и законные интересы их носителей – стейкхолдеров.

2. Органы власти призваны Конституцией РФ удовлетворять интересы граждан и заинтересованы в их благополучии. Органы власти – это особый стейкхолдер, с одной стороны обладает властными полномочиями, а с другой стороны, за счет выборного характера органов власти, не позволяет игнорировать интересы и ожидания стейкхолдеров города. Органы власти имеют свои специфические интересы в части его развития, которые не обязательно должны совпадать с интересами стейкхолдеров.

3. Бизнес-сообщество, в соответствии со своей сущностной природой, в первую очередь, нацелено на получение прибыли, но в то же время становится все более социально ориентированным.

4. Население заинтересовано в повышении качества и уровня жизни. Потребности населения могут быть удовлетворены в рамках совокупности вопросов, относимых к компетенции органов местного самоуправления

5. Один из тот же субъект может одновременно входить в состав различных групп стейкхолдеров. Так, население представляет самостоятельную группу стейкхолдеров города и является одновременно членом еще двух групп стейкхолдеров: бизнес-сообщество и имеет отношение к органам власти.

Таким образом, город как стейкхолдерская модель представляет собой систему, включающую в себя весь комплекс существующих и действующих в нем субъектов (стейкхолдеров), обладающих неким набором интересов, обязательств и прав в отношении города, заинтересованных в его развитии для удовлетворения имеющихся потребностей.

Заключение

В результате проведенного исследования с целью уточнения понятия города как объекта ESG-трансформации получены следующие результаты.

1. Город – это сложное, многофакторное явление, объединяющее пространственный (территориальный), демографический, экономический, социальный, правовой, культурно-исторический, агломерационный аспекты.

2. Разнообразие городов отвечает потребностям территорий с позиции основных компонент ESG-повестки.

3. Город – социально-экономическая система, состоящая из элементов (подсистем), объединённых целью обеспечения условий жизнедеятельности и качества жизни населения города.

4. Город – стейкхолдерская модель, объединяющая субъектов, заинтересованных в устойчивом развитии города с учетом экологической, социальной и управленческой компонент.

Литература

1. Байдаков С.Л. Движущие силы внедрения стейкхолдерского подхода в территориальном управлении // Инновации в менеджменте, 2018. – № 18. – С. 4-9.
2. Букало С.С. Город как территориально очерченная социально-экономическая система // Азимут научных исследований: экономика и управления. – 2014. – № 1. – С. 13-16.
3. Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии: в 4 т. Т. 1. Социология. М.: Высшая школа экономики, 2016. – 415 с.
4. Водарский Я.Е. Проблемы сущности, времени и места возникновения городов и возникновение города Липецка. – Липецк, 1996. – С. 80-131.
5. Горанова О.А., Иванов И.О., Титов Е.В. Управление городским хозяйством: учебное пособие. – М.: МГУУ Правительства Москвы, 2017. – 260 с.
6. Заборова Е.Н. Критерии выделения города как типа поселения // Городское управление, 2013. – № 10. – С. 42-45.
7. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. – М.; СПб: Норинт, 2013. – 242 с.
8. Лаппо Г.М. Разнообразие городов как фактор успешного пространственного развития России // Известия РАН. Сер. Географическая. – 2019. – № 4. – С. 3-39.
9. Манаева И.В. Город: анализ категориального аппарата // Региональная экономика: теория и практика, 2020. – Т. 18. – № 2. – С. 208-221.
10. Метелева Е.Р. Уточнение содержания понятий «город», «городское развитие» и «управление развитием города» // Известия Иркутской государственной экономической академии, 2011. – № 3. – С. 160-164.
11. Муниципальные образования [Электронный ресурс]. URL: <http://красноярскийкрай.рф/msu/terdel/0/doc/52>.
12. Новичков Н.В. Город как система: вопросы и управления // Региональная экономика: теория и практика, 2016. – № 2. – С. 84-96.
13. Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов. 2022: Стат. сб. / Росстат. – М., 2022. – 460 с.
14. Рейтинг устойчивого развития городов России за 2020 год. ESG-контекст [Электронный ресурс]. URL: https://agencysgm.com/projects/Долгих_23.03.22.pdf.
15. Рисин И.Е. Организационное обеспечение участия стейкхолдеров в разработке региональной и муниципальной стратегий / И.Е. Рисин, А.С. Чичерина // РЕГИОН: системы, экономика, управление, 2021. – № 2. – С. 17-23.
16. Семенова А.М., Санина А.Г., Стырин Е.М., Титов Э.А. Стейкхолдер-анализ как инструмент совершенствования стратегического планирования городской среды // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент, 2021. – № 20. – С. 391-409.
17. Таболин В.В. Правовая теория современного российского города: монография / В.В. Таболин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 358 с.
18. Тажитдинов И.А. Применение стейкхолдерского подхода в стратегическом управлении развитием территорий // Экономика региона, 2013. – № 2. – С. 17-27.
19. Фролова Т.А. Понятие «город» в законодательстве субъектов Российской Федерации об административно-территориальном делении // Пролог: журнал о праве, 2016. – № 3. – С. 51-55.
20. Хурматуллина А.Ф. Город как пространственная социально-экономическая система // Экономика и право, 2015. – Т. 25. – Вып. 6. – С. 63-66.
21. Friedman A., Miles S. Stakeholder: theory& practice. – New York: Oxford University Press, 2006. – 361 p.
22. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development // UN [Электронный ресурс]. URL: <https://sdgs.un.org/2030agenda>.

УДК 504.06

Д.П. Еремин, А.А. Волосатова, К.А. Пристегина
**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ
 ПРЕДПРИЯТИЙ В АРКТИКЕ**

D.P. Eremin, A.A. Volosatova, K.A. Pristegina
**STRATEGIC IMPORTANCE OF INDUSTRIAL DEVELOPMENT
 OF ENTERPRISES IN THE ARCTIC**

Ключевые слова: устойчивое развитие, экологическая эффективность, экологическое разрешение, эколого-технологическая модернизация, промышленное развитие, природопользователи, инвестиции, Арктическая зона.

Keywords: sustainable development, environmental efficiency, environmental permit, environmental and technological modernization, industrial development, natural resource users, investments, Arctic zone.

Цель: исследовать значимость развития промышленности в Арктике как ключевого фактора для достижения стратегических целей и задач, поставленных перед Российской Федерацией в данном регионе. Обсуждение: в статье обсуждается важность сохранения уникальной природной среды Арктического региона, интенсивного, но нерентабельного развития предприятий. Авторы анализируют модернизацию промышленности с учетом взаимовыгодного сотрудничества между государством и бизнесом для достижения общих целей устойчивого развития. Оптимизация использования ресурсов и снижение воздействия на окружающую среду – актуальная повестка современной экологической политики Арктического региона. Результаты: анализ развития промышленности с учетом взаимовыгодного сотрудничества между государством и бизнесом показывает, что совместные усилия направлены на достижение общих целей устойчивого развития. Только через сотрудничество и соблюдение экологических стандартов можно обеспечить сохранение природных ресурсов Арктики.

Purpose: to explore the industrial development in the Arctic as a key factor in achieving the strategic goals and objectives of the Russian Federation in this region. Discussion: the article discusses the importance of preserving the unique natural environment of the Arctic region, promoting intensive but non-destructive industrial development. The authors analyse the industrial modernisation considering mutually beneficial cooperation between the government and business to achieve common sustainable development goals. Optimizing the use of resources and reducing the impact on the environment is the current agenda of modern environmental policy in the Arctic region. Results: the analysis of industrial development with regard to mutually beneficial cooperation between the government and business shows that joint efforts are concentrated on reaching common sustainable development goals. The natural resources of the Arctic could be preserved through cooperation and adherence to environmental standards.

Электронный адрес: d.eremin@eipc.center, a.volosatova@eipc.center, k.pristegina@eipc.center

Введение

Арктический регион благодаря своей уникальной географии и природным ресурсам всегда представлял для России стратегическую значимость. Еще в начале XX века геополитический вектор нашей страны был направлен на исследование и освоение Арктики и Севера. Подвиги первооткрывателей и полярных научно-промысловых экспедиций позволили закрепить в регионе и положить начало его развитию. На сегодняшний день актуальность развития региона обусловлена несколькими факторами. Арктический регион охватывает площадь в 4,8 млн кв. км., что составляет примерно 28% всей территории страны. Также Арктический регион обладает значительным ресурсным потенциалом и является источником многих полезных ископаемых, включая природный газ и нефть. Приблизительно 22% неразведанных мировых запасов углеводородов сосредоточено именно в этой зоне. Эти и другие факторы содействуют развитию целого ряда отраслей промышленности, включая добычу и переработку полезных ископаемых, производство энергии, химическую и целлюлозно-бумажную промышленность. Помимо прочего в Арктической зоне расположены многочисленные объекты жилищно-коммунального хозяйства и агропромышленного комплекса. Наличие промышленных предприятий в Арктическом регионе способствует формированию рабочих мест, совершенствованию инфраструктуры и повышению экономического потенциала региона. Инвестиции в промышленность Арктики играют важную роль в обеспечении устойчивого экономического роста и улучшении качества жизни местного населения.

Помимо прочего, промышленное развитие в Арктике требует особого внимания в части экологической безопасности и устойчивого использования природных ресурсов. Так, в Российской Федерации принята Стратегия развития Арктической зоны и обеспечения национальной безопасности до 2035 года [3]. Этот документ определяет важные стратегические цели, направления и меры для развития данного региона, а также предусматривает конкретные этапы, инструменты и ожидаемые результаты от их успешной реализации. Одним из наиболее значимых заявленных направлений развития промышленности является внедрение в Арктической зоне специального экономического режима, способствующего переходу к экономике замкнутого цикла, созданию новых и модернизации действующих промышленных предприятий, развитию высокотехнологичных отраслей промышленности, освоению новых нефтегазовых провинций, месторождений твердых полезных ископаемых и трудноизвлекаемых запасов углеводородного сырья, наращиванию объемов глубокой переработки нефти, производства сжиженного природного газа и газохимической продукции, эффективного использования попутного нефтяного газа. Стремление к декарбонизации, то есть разграничению между экономическим ростом и давлением на окружающую среду, требует особого внимания не только со стороны государства. Предприятиям необходима смена парадигмы экономического роста: от традиционной экстенсивной модели, основанной на росте потребления природных ресурсов, к устойчивой интенсивной модели – развитию, где процветание бизнеса не ведет к увеличению негативного воздействия на окружающую среду [12].

Методы

Для исследования использовались фундаментальные труды отечественных ученых, посвященные вопросам государственного регулирования, климатической политики и промышленной. Кроме того, в работе были задействованы методы анализа и синтеза данных, полученных из открытых источников. Объединение данных подходов позволило получить объективное представление о стратегическом значении промышленного развития в Арктическом регионе, представив полную картину изучаемого объекта и его окружения.

Результаты

Оптимизация использования ресурсов и снижение воздействия на окружающую среду – актуальная повестка современной экологической политики Арктического региона. Для достижения данной цели необходимо эффективное управление ресурсами, совершенствование производства и укрепление экологической ответственности. Это можно осуществить путем внедрения наилучших доступных технологий (далее – НДТ). Концепция НДТ стала ключевым инструментом в предотвращении загрязнения и его контроле, нацеленным на обеспечение высокого уровня защиты окружающей среды и сохранения здоровья человека [7]. В настоящее время в состав Арктической зоны Российской Федерации входят Мурманская область, Ненецкий автономный округ, Чукотский автономный округ, Ямало-Ненецкий автономный округ, муниципальное образование городской округ «Воркута». Также в данную зону включены несколько муниципальных образований Архангельской области, районы Красноярского края (такие как Таймырский Долгано-Ненецкий муниципальный район, Туруханский район, город Норильск), северные улусы Республики Саха (Якутия), а также некоторые земли и острова Северного Ледовитого океана (рис. 1). Всего в Арктической зоне 9 регионов, среди которых 4 полностью относятся к ней, а остальные 5 лишь частично.



Рис. 1. Арктическая зона Российской Федерации

В Арктической зоне расположено множество объектов негативного воздействия на окружающую среду (далее – ОНВОС), для повышения ресурсной и экологической эффективности которых должны применяться НДТ. Согласно данным Федеральной службы по надзору в сфере природопользования, в Арктической зоне России насчитывается около 600 ОНВОС I категории. Согласно п. 1 ст. 31.1 Федерального закона от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды», хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность на ОНВОС, должны до 1 января 2025 г. получить комплексные экологические разрешения (далее – КЭР) и при необходимости утвердить программу повышения экологической эффективности (далее – ППЭЭ) [4]. Исключением являются ОНВОС, включенные в список объектов, вклад которых в суммарные выбросы, сбросы загрязняющих веществ в Российской Федерации составляет не менее 60% [2]. Для таких объектов необходимо подать заявку на получение КЭР до 31 декабря 2024 г. По состоянию на конец I квартала 2024 г. из числа объектов, осуществляющих свою деятельность в Арктической зоне и относящихся к I категории, получили КЭР 88 ОНВОС (то есть, около 14% предприятий региона). Те объекты, которые не соблюдают нормативы допустимых выбросов, нормативы допустимых сбросов, технологические нормативы должны разработать ППЭЭ для введения временно разрешенных нормативов [6]. ППЭЭ представляет собой некий стратегический план, который направлен на уменьшение негативного воздействия на экологию. Так, к концу I квартала 2024 г. в Арктической зоне одобрено 10 проектов ППЭЭ, реализация которых, особенно в современных условиях санкционного давления, требует значительных финансовых затрат со стороны предприятия. То есть, в порядке перехода к НДТ лишь малая часть предприятий региона запланировали и уже осуществляют программы эколого-технологической модернизации. При этом сумма запланированных инвестиций уже достигла 350 млрд р. (~16% от общих инвестиций в рамках реализации одобренных ППЭЭ) (рис. 2).

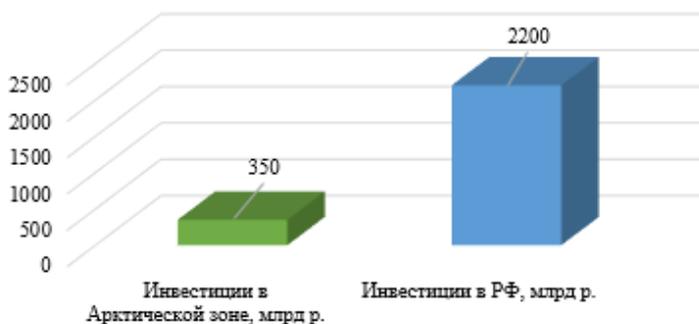


Рис. 2. Инвестиции в промышленность Арктической зоны в рамках одобренных проектов ППЭЭ

ППЭЭ выступает важным инструментом эколого-технологической модернизации предприятия, четко показывая необходимые технологии и решения, а также устанавливая ожидания относительно такой модернизации с конкретными границами снижения выбросов и сбросов загрязняющих веществ [1]. При проведении модернизации предприятия оптимизируют использование ресурсов и материалов, получают поддержку со стороны государства, что позволяет снизить финансовые затраты на обновление оборудования, а также улучшают свою репутацию перед клиентами, представляя себя как ответственных производителей. В рамках «соглашений» с бизнесом государство стимулирует предприятия к сокращению негативного воздействия на окружающую среду, осуществляя экологическую промышленную политику и выполняя свои обязанности перед гражданами, например, в части обеспечения права на благоприятную окружающую среду [8]. Таким образом, в контексте обеспечения стратегических целей региона, особую роль играет ППЭЭ – определение целей в соответствии с требованиями НДТ, планирование мероприятий по снижению загрязняющих веществ, выполнение задач и оценка достигнутых результатов. Реализация ППЭЭ способствует выполнению стратегических целей Арктического региона [5].

Обсуждение

Проведенная оценка эколого-технологической модернизации на основе 10 одобренных ППЭЭ демонстрирует следующее:

- обеспечено увеличение эффективности работы очистных сооружений и повышение качества очистки сточных вод до требуемых значений технологических показателей в соответствии с требованиями природоохранного законодательства. В результате реализации мероприятий ППЭЭ достигнуто снижение концентрации сбрасываемых технологически нормируемых загрязняющих веществ: азота аммонийного, азота нитратов, азота нитритов, фосфора фосфатов – до установленных технологических показателей [9];

- достигнуты нормативные показатели НДТ на выпусках сточных вод, повышена доля повторного использования подземных и дренажных вод во внутренних водооборотах объектов НВОС;

- в части снижения выбросов в атмосферу отмечается снижение выбросов маркерных веществ путем частичного изменения технологических процессов с использованием нового оборудования, установкой более совершенного и эффективного газоочистного оборудования [7];

- при производстве никеля и кобальта утилизированы солевые стоки и достигнуты нормативы по содержанию бора и натрия.

Промышленное развитие представляет собой основной фактор в достижении стратегических целей и задач Арктического региона. К числу наиболее значимых достижений следует отнести повышение ресурсной эффективности производств, соответствие требованиям НДТ, а также развитие системы ответственного инвестирования, направленного на достижение целей устойчивого развития [7]. Таким образом, благодаря модернизации промышленности на основе принципов социально-экологической ответственности, формируется устойчивая экономика, способная принести выгоду всем «игрокам»: как государству, так и непосредственным природопользователям [10]. Только совместные усилия бизнеса, государства и общественности могут обеспечить сохранение уникальной природной среды Арктики и создание условий для интенсивного, но не противоречащего принципам обеспечения высокой ресурсной и экологической эффективности производства развития предприятий в этом стратегически важном регионе.

Заключение

Вопросы промышленного развития и обеспеченность общества экологической повесткой формируют приоритетные задачи для Арктического региона. Для достижения поставленных задач важно ориентироваться именно на эколого-технологическую модернизацию предприятий, реализуя которую можно обеспечить устойчивое и гармоничное развитие региона, сохраняя его уникальные природные ресурсы и биоразнообразие. Таким образом, стратегическое значение промышленного развития в Арктике – соответствие принципам устойчивого развития и социально-экологической ответственности, что находит отражение и в системе мер государственного регулирования.

Литература

1. Бобылев С.Н., Скобелев Д.О. Природный капитал и технологические трансформации // Менеджмент в России и за рубежом, 2020. – № 1. – С. 89-100.
2. О внесении изменений в Федеральный закон «Об охране окружающей среды» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» – Федеральный закон от 21.07.2014 № 219-ФЗ – Российская газета. – № 166. – 25.07.2014.
3. О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года – Указ Президента Российской Федерации от 26.10.2020 № 645 [Электронный ресурс]. URL: <http://pravo.gov.ru>.
4. Об охране окружающей среды – Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ – Российская газета – № 6. – 12.01.2002.
5. Об утверждении порядка рассмотрения и одобрения проекта программы повышения экологической эффективности – Приказ Минпромторга России от 29.08.2023 № 3179 (Зарегистрировано в Минюсте России 02.02.2024 № 77125) [Электронный ресурс]. URL: <http://pravo.gov.ru>.
6. Об утверждении Правил разработки программы повышения экологической эффективности – Приказ Минприроды России от 23.12.2022 № 907 (Зарегистрировано в Минюсте России 03.04.2023 № 72851) [Электронный ресурс]. URL: <http://pravo.gov.ru>.
7. Скобелев Д.О., Гусева Т.В., Чечеватова О.Ю., Санжаровский А.Ю., Щелчков К.А., Бегак М.В. Сравнительный анализ процедур разработки, пересмотра и актуализации справочников по наилучшим доступным технологиям в Европейском союзе (на русском и английском языках) (Второе издание, переработанное и дополненное) – М.: Издательство «Перо», 2018. – 114 с.
8. Скобелев Д.О., Федосеев С.В. Политика повышения ресурсоэффективности и формирование экономики замкнутого цикла // Компетентность, 2021. – № 3. – С. 5-13.
9. Тихонова И.О., Пантелеев Е.С., Бурвикова Ю.Н., Морокишко В.В. Взаимосвязь наилучших доступных технологий и наилучших экологических практик на примере водно-коммунального предприятия // Экологический мониторинг и моделирование экосистем, 2022. – Т. 33. – № 3-4. – С. 159-202.
10. Хачатуров А.Е., Гусева Т.В., Молчанова Я.П. Менеджмент инноваций как инструмент обеспечения устойчивого развития // Менеджмент в России и за рубежом, 2023. – № 4. – С. 39-48.
11. Ermolina M.A., Kapustina M.A., Matveevskaya A.S., Pogodina V.L. Legal regulation of ecological tourism in Arctic: IOP conference // Series: Earth and Environmental Science, 2019. – № 302.
12. Guseva T.V., Shchelchikov K.A., Averochnik E.M., Tikhonova I.O., Tsevelev V.N. Optimization of Technological Regulation of Container Glass Production: Best Available Technologies, General Binding Rules, and Carbon Intensity of Products // Glass and Ceramics, 2022. – V. 78. – № 9-10. – P. 397-401.

УДК 331.5

Н.С. Закалистова

**ТРУДОВАЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ МОБИЛЬНОСТЬ
КАК ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЙ СТИМУЛ: ПРОБЛЕМНО-КРИТИЧЕСКИЙ
АНАЛИЗ HR-РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ**

N.S. Zakalistova

**LABOR INTELLECTUAL MOBILITY AS AN EXISTENTIAL STIMULUS:
PROBLEM-CRITICAL ANALYSIS OF HR DEVELOPMENT
OF OIL AND GAS COMPANIES**

Ключевые слова: интеллектуальная мобильность, проблемно-критический анализ, HR-развитие, нефтегазовая компания, технологические процессы, HR-инструментарий, человеческий капитал, трудовая мобильность.

Keywords: intellectual mobility, problem-critical analysis, HR development, oil and gas company, technological processes, HR tools, human capital, labor mobility.

Цель: исследовать трудовую интеллектуальную мобильность, рассмотреть особенности HR-развития нефтегазовых компаний и описать ведущие технологические процессы отрасли. Обсуждение: в статье раскрываются глобальные проблемы в разрезе управления человеческим капиталом, рассматриваются критерии определения уровня трудовой мобильности персонала. Специфика труда сотрудников нефтегазовых предприятий влияет на неоднозначный характер решений, внедрение которых, по задумке руководства организаций, должно принести положительный результат. Результаты: крайне важным условием эффективности адаптированной модели кадрового обеспечения предприятий НГС является наличие в качестве элемента трудовой интеллектуальной мобильности персонала, поскольку она обеспечивает оптимизацию процесса формирования кадрового потенциала отрасли. Происходит это, как следствие стремительного распространения знаний в HR сфере и непосредственно в области добычи и переработки углеводородного сырья.

Purpose: to explore labor intellectual mobility, to consider the features of HR development of oil and gas companies and to describe the leading technological processes of the industry. Discussion: the article reveals global problems in the context of human capital management, considers criteria for determining the level of labor mobility of personnel. The specifics of the work of employees of oil and gas enterprises affect the ambiguous nature of solutions, the implementation of which, according to the idea of the management of organizations, should bring a positive result. Results: an extremely important condition for the effectiveness of the adapted model of staffing of NHS enterprises is the presence as an element of labor intellectual mobility of personnel, since it ensures optimization of the process of formation of the personnel potential of the industry. This is happening as a result of the rapid spread of knowledge in the HR field and directly in the field of production and processing of hydrocarbon raw materials.

Электронный адрес: zakalistova@gmail.com

Введение

Нефтегазовая отрасль играет важнейшую роль в структуре национального хозяйства Российской Федерации. Многолетняя история роста и развития российских промышленных предприятий определяется во многом адекватной политикой топ-менеджмента в области управления человеческими ресурсами. Разумеется, технологическая составляющая и современные решения, связанные с применением инноваций в области добычи и переработки углеводородного сырья, также в существенной мере влияют на устойчивость компаний на рынке, но именно рациональное использование человеческого капитала ускоряет процессы интеграции передовых технологий [9,10,16].

Методы

Решению исследовательских задач способствовало применение следующих методов: анализа, синтеза, обобщения, сравнения, классификации, аналогии, абстракции, индукции, дедукции, теоретизации, мониторинга, диагностики, формализации и других.

Результаты

Представляется правомерным начать с определения категорий персонала, характеристики которого в дальнейшем подлежат рассмотрению. Ведь мы понимаем, чтобы анализировать характерные HR-процессы, необходимо иметь представление о трудовых функциях, условиях труда, требованиях безопасности и т.д.

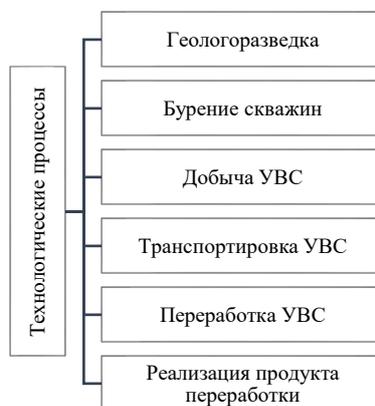


Рис. 1. Нефтегазовый сектор: ведущие технологические процессы (составлено по [3])

Данное обстоятельство продиктовано логикой: метрики, используемые для оценки производственно-промышленного персонала, задействованного непосредственно в процессе добычи нефти и природного газа, не могут быть применимы при анализе эффективности работы персонала фронт-офиса компании. На рис. 1 отражены ключевые производственные и непроизводственные процессы, влияющие на формирование различных категорий сотрудников предприятий нефтегазового сектора. Очевидно, что на этапах геологоразведки, бурения скважин, добычи, транспортировки и переработки углеводородного сырья функции, выполняемые рабочими, будут иметь преимущественно производственно-промышленный характер, но на этапе реализации продуктов переработки возникнут существенные изменения. Данные изменения будут связаны преимущественно с условиями труда, и тогда фокус внимания сместится на сотрудников офисов. На основании вышеизложенного в рамках данной работы мы предлагаем рассмотреть особенности развития персонала, трудовые функции которого не связаны непосредственно с производством, поскольку в современной литературе наблюдается дефицит системных знаний и информации, связанной с описанием определяющих характеристик специалистов, задействованных в процессе производства продуктов переработки нефти и природного газа. Проблема также усугубляется тем, что тяжелые условия труда и высокая его интенсивность затрудняют процесс взаимодействия кадровой службы и непосредственно работников.

Обсуждение

Перед рассмотрением частных случаев следует отметить, что представителям белорусского научного сообщества удалось описать характер важных транснациональных изменений, затронувших сферу кадрового управления. Так, И.И. Ганчерёнок с соавторами применили системный подход, начав изыскания с упоминания о глобальных проблемах, решение которых стоит за ведущими умами человечества (рис. 2) [6]. По мнению авторов, характер ответов на каждый из проблемных вопросов, которые будут предложены, определяет и вектор развития HR-менеджмента, иными словами, ошибочно не принимать во внимание глобальную природу трансформаций и ограничиваться лишь отраслевыми перспективами.



Рис. 2. Глобальные проблемы в разрезе управления человеческим капиталом (составлено по [6])

Таким образом, системные представления об общенациональных тенденциях, отражающихся и на развитии рынка труда, определяют направления деятельности по оптимизации HR-процессов в различных отраслях экономики, разумеется, одним из первых на данные изменения реагирует и нефтегазовый сектор (НГС), имеющий значительный вес в структуре ВВП России [17]. Кроме того, Т.И. Гольман, И.В. Архипова и Т.С. Федосова выделили компоненты, формирующие, человеческий капитал современных коммерческих организаций, в том числе [8]:

- нематериальные активы (знания);
- профессиональные компетенции;
- информационно-коммуникационное обеспечение человеческой активности;
- инвестирование в развитие человеческих ресурсов.

Мы считаем необходимым отметить, что профессионально-коммуникационное обеспечение и инвестиции в человеческий капитал среди перечисленных авторами компонентов, в нашем представлении, являются ведущими, а при их объединении возникает ряд положительных эффектов, например, сотрудники не только осваивают новые технологии с целью непосредственного их использования для решения текущих задач, но и обеспечивается интеграция персонала в информационную среду, где сотрудники могут уже самостоятельно погружаться в изучение возможностей передовых профессионально ориентированных систем. Р.И. Гирфанова считает, что специфика труда сотрудников нефтегазовых предприятий влияет на неоднозначный характер решений, внедрение которых, по задумке руководства организаций, должно принести положительный результат [7]. Исследователю вопросов управления человеческими ресурсами удалось в статье отразить HR-вызовы, стоящие перед современными менеджерами, среди них:

- сверхдинамичная внешняя среда организаций НГС, высокая скорость протекания реакций в которой обусловлена неоднозначностью геополитического ландшафта;

- недостаточное количество специалистов, обладающих соответствующим уровнем знаний в области применения современных технологий в отрасли;
- невозможность обеспечения эффективной передачи опыта внедрения передовых решений в отрасли, способствующих как ее непосредственному развитию, так и росту профессионализма персонала;
- высокий уровень конкуренции на рынке трудовых ресурсов;
- несостоятельность каналов коммуникации, создаваемых с целью взаимодействия службы управления человеческими ресурсами и непосредственно персонала.

В дополнение к проблемам, обозначенным Р.И. Гирфановой, М.Р. Богатырева, С.А. Юнусов и О.В. Тишенина указывают на некую ригидность в вопросах управления, демонстрируемую руководителями компаний НГС, связанную с отказом от перехода к новым моделям реализации кадровой политики, которые предполагают системную работу с персоналом организаций и развитие человеческого потенциала, активные инвестиции в обучение сотрудников [1]. Схожей позиции придерживаются и П.А. Попова, Л.Е. Копылова, считающие, что некоторые крупнейшие игроки российского нефтегазового рынка (ПАО «Лукойл», ПАО «Газпром нефть», ПАО «Транснефть») в незначительной мере проявляют заинтересованность в развитии и профессиональном росте сотрудников [14]. Так, Д.Н. Ермаков полагает, что не всякие инвестиции в персонал организаций НГС оправданы, но лишь те, которые являются экономически целесообразными, а финансовое планирование, по мнению исследователя, должно начинаться с именно с определения потребности в обучении сотрудников и реализации стратегии уверенного профессионального роста [11]. Классического взгляда на проблему развития персонала отрасли придерживается Г.В. Вуткарёв.

Занимаясь изучением вопросов, связанных с оптимизацией адаптационных HR-процессов в нефтегазовой отрасли, автор указал на ключевую роль инновационной составляющей деятельности организаций и выделил некоторые показатели, которые необходимо учитывать при анализе в том числе кадрового потенциала предприятий [4]. Ученый описал инструменты, использование которых в практике кадровой работы в положительном ключе повлияет на результативность процесса адаптации персонала (рис. 3).



Рис. 3. HR-инструментарий в практике управления адаптацией персонала нефтегазовой отрасли (составлено по [4])

По мнению Г.В. Вуткарёва, на современном этапе организации могут использовать следующие инструменты оптимизации процесса приспособления персонала к новым или изменившимся условиям работы:

- buddying – в качестве наставника выступает коллега сотрудника, проходящего адаптацию, что позволяет новому члену коллектива достаточно быстро не только включиться в работу, но и приобщиться к корпоративной культуре;
- job-shadowing – наблюдая за выполнением трудовых операций опытным персоналом, новый сотрудник может не просто получить представление относительно содержания трудовой функции, но и экономит тем самым время наставника, поскольку первичная адаптация происходит без отрыва от производства;
- метод «погружения» – данный метод может быть выбран в том случае, если речь идет о новых сотрудниках, которые заняты в данной сфере трудовой деятельности на протяжении многих лет и имеют значительный опыт, при этом затраты на сопровождение адаптации сведены к минимуму, а сам процесс адаптации протекает самопроизвольно, новый работник решает задачи по мере их поступления, изредка прибегая к помощи более опытных коллег.

«Перечисленные методы зарекомендовали себя как высокоэффективные и доступные», – считает экономист. В то же время современные исследователи сходятся во мнении о том, что стремительное развитие отрасли и проникновение технологий в сферу управления человеческим капиталом определяют необходимость применения новых инструментов. Так, в трудах авторов описываются перспективы изучения трудовой интеллектуальной мобильности как категории, открывающей горизонты развития человеческого потенциала компаний нефтегазового сектора экономики. Мы предлагаем рассмотреть актуальные взгляды ученых, сформировавшиеся в проблемном поле исследования. В.П. Галенко, К.С. Плис, проанализировав ряд источников, пришли к выводу о том, что мобильность является ведущим звеном конкурентоспособности человеческого капитала организаций [5]. Здесь важно отметить, что мобильность в данном контексте авторы рассматривают с двух позиций. Первая позиция связана непосредственно с процессами миграции, подразумевающими перемещение населения и, как следствие, обогащение организаций региона, характеризующегося миграционным притоком, в интеллектуальном плане.

Вторая позиция связана непосредственно со способностью субъекта (сотрудника) к стремительному перемещению из одной сферы профессиональных знаний в другие и получению знаний и соответствующего опыта. А.Л. Мазин и А.А. Троицкая же считают, что мобильность работника в трудовом аспекте связана с различными перспективами, открывающимися при изменениях, затрагивающих профессиональную сферу деятельности, и сохранении реализационных возможностей по использованию трудового потенциала [13]. Отметим семь критериев определения уровня трудовой мобильности работника (рис. 4). Не менее интересным представляется взгляд Ю.П. Ранде. Исследователь считает, что экономическая сущность трудовой интеллектуальной мобильности персонала заключается в способности субъекта давать адекватную времени и обстоятельствам реакцию, задействовав при этом предоставленные ресурсы материального и нематериального характера [15].



Рис. 4. Критерии определения уровня трудовой мобильности персонала (составлено по [13])

Опыт зарубежных коллег также может быть полезен в вопросах изучения явления трудовой интеллектуальной мобильности. Рассматривая практику китайского менеджмента, можно также отметить, что отсутствие интеллектуальной мобильности персонала влечет за собой развитие негативных последствий преимущественно в вопросах ограничения диффузии знаний, которые, в свою очередь, являются драйвером развития предприятий [12]. Обобщив теоретический материал, мы пришли к выводу о том, что на очередном этапе необходимо определить место трудовой интеллектуальной мобильности в системе кадрового обеспечения организаций НГС. В качестве основы была выбрана модель, разработанная О. Будзинской [2]. Автор описывает модель, формировавшуюся в системе подготовки кадров нефтегазового сектора России на протяжении многих лет, данная модель, по нашему мнению, недостаточно эффективна в текущих условиях и требует переработки (рис. 5).

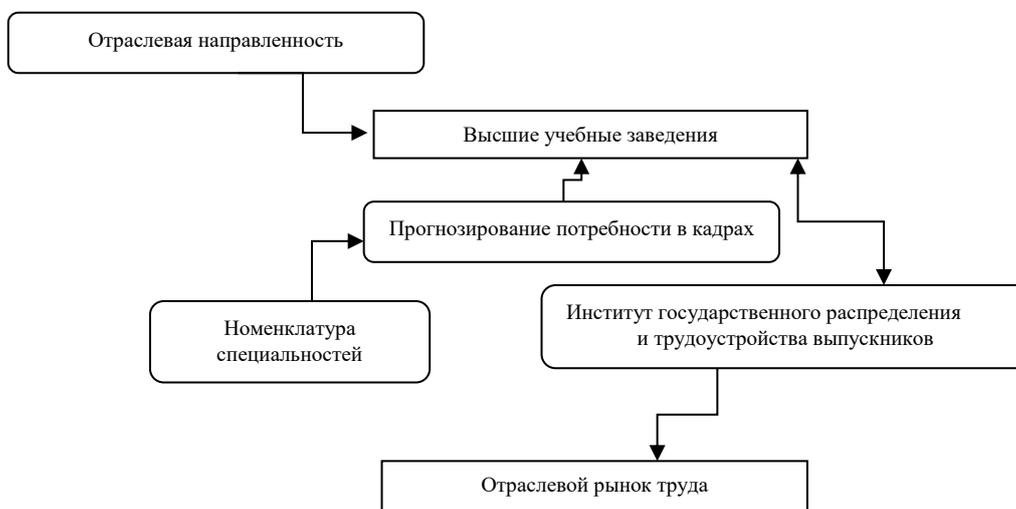


Рис. 5. Классическая модель кадрового обеспечения предприятий НГС (составлено по [2])

Представленная на рис. 5 модель отражает связи, возникающие в процессе взаимодействия специалистов, образовательных организаций, рынка труда и института государственного распределения и трудоустройства выпускников, который на сегодняшний день существует в ином понимании, отличном от того, которое сложилось относительно данной структуры в период существования Советского Союза. В текущее время данный институт следует рассматривать как некую систему, не имеющую строгой организации и востребованную только при необходимости. Из недостатков модели мы можем отметить следующие:

- на реализуемые в высших учебных заведениях образовательные программы влияет только отраслевая направленность;
- прогнозирование потребности в кадрах происходит на основании номенклатуры специальностей, как следствие, актуализации данных не происходит;
- на отраслевой рынок труда специалисты выходят через институт государственного распределения и трудоустройства выпускников;

– будущие специалисты не имеют возможности выбрать наиболее перспективные направления профессиональной деятельности и не обладают компетенциями, обеспечивающими их востребованность на этих рынках.



Рис. 6. Адаптированная модель кадрового обеспечения предприятий НГС (составлено автором)

Адаптированная модель, предлагаемая автором работы, имеет ряд преимуществ, отличающих ее от представленной ранее (рис. 6):

- содержание образовательных программ формируется с учетом отраслевой направленности, межотраслевых трендов, а также с учетом роли развития метапредметных компетенций студентов;
- прогнозирование потребности в кадрах происходит на основании текущего состояния рынка труда;
- вход специалистов отрасли на рынок происходит как при содействии условно-формального института трудоустройства выпускников, так и напрямую, что способствует повышению трудовой мобильности;
- получение междисциплинарных знаний позволяет сотрудникам быть более гибкими в профессиональном аспекте.

Заключение

Крайне важным условием эффективности адаптированной модели кадрового обеспечения предприятий НГС является наличие в качестве элемента трудовой интеллектуальной мобильности персонала, поскольку она обеспечивает оптимизацию процесса формирования кадрового потенциала отрасли. Происходит это, во-первых, как следствие стремительного распространения знаний в HR сфере и непосредственно в области добычи и переработки углеводородного сырья. Во-вторых, трудовая интеллектуальная мобильность позволяет специалистам отрасли тесно сотрудничать с представителями смежных сфер профессиональной деятельности и выстраивать коммуникацию, основанную на метапредметных компетенциях, перенимать опыт и внедрять смелые решения на основании описания успешной практики.

Литература

1. Богатырева М.Р., Юнусов С.А., Тищенко О.В. Конкурентоспособность человеческих ресурсов в нефтегазовой отрасли // Научный результат. Экономические исследования, 2021. – № 1.
2. Будзинская О. Кадровое обеспечение нефтегазовой отрасли в новых условиях // ЭП, 2021. – № 10.
3. Вуткарёв Г.В. Инструменты по совершенствованию механизма управления процессом адаптации персонала нефтегазового предприятия // Вестник науки, 2021. – № 1.
4. Вуткарёв Г.В. Формирование механизма управления процессами адаптации персонала в сфере инновационной деятельности нефтегазового предприятия // Вестник науки, 2019. – № 6.
5. Галенко В.П., Плис К.С. Мобильность человеческого капитала как фактор повышения устойчивости экономического развития предприятия и страны // КЭ, 2018. – № 8.
6. Ганчерёнок И.И., Горбачёв Н.Н., Жабборов Н.М., Абдухаиров Р.А. Кадровая диалектика и интеллектуальная мобильность для цифровой трансформации // Ученый XXI века, 2021. – № 10.
7. Гирфанова Р.И. Управление развитием персонала в нефтегазовой отрасли // Теория и практика современной науки, 2019. – № 1.
8. Гольман Т.И., Архипова И.В., Федосова Т.С. Эффективность использования человеческого капитала в условиях транзитивной экономики // Инновации и инвестиции, 2022. – № 4.
9. Дмитриевский А.Н., Еремин Н.А., Черников А.Д. Цифровая модернизация нефтегазодобычи: инструменты и индикаторы развития // Экспозиция Нефть Газ, 2024. – № 1.
10. Дурдыев Т., Дурдыев С., Атадов Г., Нурназаров Б. Роль нефтегазового сектора в экономике // Всемирный ученый, 2024. – № 16.
11. Ермаков Д.Н. Теоретические аспекты стратегического управления человеческими ресурсами (на примере компаний нефтяного сектора) // Вестник НИБ, 2018. – № 35.

12. Лихачев М.О. Глобальное пространственное экономическое взаимодействие: распространение знаний или диффузия технологий // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 8, Науковедение: Реферативный журнал, 2019. – № 3.
13. Мазин А.Л., Троицкая А.А. Потенциал трудовой мобильности как компонент человеческого капитала работника // Экономика труда, 2020. – № 4.
14. Попова П.А., Копылова Л.Е. Роль HR-бренда в организации рабочих процессов компаний нефтегазового сектора: теоретические и практические аспекты // Научные труды Вольного экономического общества России, 2021. – № 6.
15. Ранде Ю.П. Современные теории мобильности интеллектуального ресурса // Теоретическая экономика, 2018. – № 6.
16. Тихопой Ю.М., Степаненко Д.А. Цифровая трансформация в нефтегазовой отрасли // Стратегии бизнеса, 2021. – № 2.
17. Доля нефтегазового сектора в ВВП России в III квартале выросла до 17,3% // Интексфакс. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interfax.ru/russia/936070>.
18. Carvalhais I.E. Brain Drain/Brain Gain from the Perspective of a Semi-Peripheral State: Portugal // DIVERSITIES, 2012. – V. 14. – № 1. – P. 99-116.
19. Freitas A., Levatino A., Pecoud A. Introduction: New Perspectives on Skilled Migration // DIVERSITIES, 2012. – V. 14. – № 1. – P. 1-7.

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

E.N. Zaretskii

FEATURES OF MARKETING SUPPORT FOR RESTAURANT BUSINESSES

Ключевые слова: маркетинг, ресторанный бизнес, общественное питание, маркетинг услуг, сервис, цифровизация, маркетинг-микс, бизнес-процессы, маркетинговая поддержка.

Keywords: marketing, restaurant business, catering, services marketing, service, digitalization, marketing mix, business processes, marketing support.

Цель: определить сущность и содержание понятия «маркетинговая поддержка», выделить основные направления ее реализации в сфере ресторанного бизнеса с учетом трендов тотальной цифровизации экономического пространства, а также в контексте концепции экономики впечатлений. Обсуждение: с учетом многообразия подходов к определению маркетинга и особенностей его реализации в сфере услуг, направления маркетинговой поддержки ресторанного бизнеса можно рассматривать как в применении к отдельным этапам процесса обслуживания в ресторане, в рамках маркетинговых функций, так и в разрезе элементов комплекса маркетинга. Именно основа маркетинг-микс («7р»), по мнению автора статьи, является наиболее логичной и оптимальной для структурирования мероприятий маркетинговой поддержки, ее дальнейшей оценки и определения направлений совершенствования. Результаты: уточнен понятийный аппарат маркетинга услуг общественного питания, определен перечень факторов положительного и негативного влияния на рынок услуг общественного питания в России, представлен функционально-комплексный подход к разработке программы маркетинговой поддержки ресторанного бизнеса. С учетом лучших зарубежных практик и рекомендаций экспертов российского рынка ресторанных услуг определены перспективные направления развития маркетинга ресторанного бизнеса.

Purpose: to define the essence and content of the concept of "marketing support", to identify the main directions of its implementation in the field of restaurant business, considering the trends of total digitalization of the economic space, as well as in the context of the concept of the economy of impressions. Discussion: considering the variety of approaches to defining marketing and the specifics of its implementation in the service sector, the directions of marketing support for a restaurant can be considered both in application to individual stages of the service process in a restaurant, within the framework of marketing functions, and in the context of elements of the marketing mix. It is the base of the marketing mix ("7p"), according to the author of the article, that is the most logical and optimal for structuring marketing support activities, its further evaluation and determining areas of improvement. Results: the conceptual apparatus of marketing catering services has been clarified, a list of factors of positive and negative impact on the market of catering services in Russia has been determined, a functionally integrated approach to the development of a marketing support program for the restaurant business has been presented. Considering the best foreign practices and recommendations of experts from the Russian restaurant services market, promising directions for the development of restaurant business marketing have been identified.

Электронный адрес: 9347883@mail.ru

Введение

Актуальность темы данного исследования определена активным развитием сферы общественного питания, растущими потребностями организаций отрасли в инновационных маркетинговых решениях, способствующих повышению их конкурентоспособности. Кроме того, следует отметить недостаточную степень изученности направлений маркетинговой поддержки ресторанного бизнеса с учетом специфики его внутренней и внешней микросреды маркетинга, а также в условиях динамичности конъюнктуры рынка услуг общественного питания, трансформационного влияния факторов макросреды организаций отрасли. Реализация маркетинговой поддержки ресторанного бизнеса должна осуществляться в контексте всех актуальных экономических концепций. Безусловно необходимо учитывать процессы цифровой трансформации экономического пространства, включая индустрию гостеприимства. Оптимизация комплекса ресторанного маркетинга, особенно таких элементов как продвижение, процесс и физическое окружение, предполагает постановку новых целей и задач организации в контексте экономики впечатлений и экономики внимания. Маркетинговый инструментарий ресторанного бизнеса и вопросы повышения его конкурентоспособности рассмотрены Н. Богатовой, С.А. Бугаенко, И.Р. Колесовым, Е.В. Кузнецовой, С.А. Лосевской, Т.В. Мазанковой, Н.А. Офицеровой, С.Н. Текучевой, Е.Г. Тихоновой, Т.Ю. Токаревой, Е.С. Уваровым, О.В. Фокиной, А.Ю. Чубовским и др. Аспекты цифровизации ресторанного маркетинга анализируются в работах Я.В. Бацыной, Н.А. Восколович, Ю.В. Лунёвой, Е.В. Писаревой, Д.В. Ралык, М.В. Скоробогатовым, Л.В. Минченко и др. Целью исследования является анализ условий и направлений организации маркетинговой поддержки для непрерывного развития бизнеса. Объектом исследования является рынок услуг общественного питания в России. Предмет исследования составляют направления и технологии развития маркетинговой поддержки ресторанного бизнеса с учетом его специфики и особенностей факторного окружения. Современная сфера общественного питания характеризуется высокими показателями интенсивности развития, выраженными как в росте оборота объектов индустрии, так и в увеличении их числа, что существенным образом влияет на ужесточение условий конкуренции. В этой связи, необходим поиск новаторских решений, направленных на формирование внутренних и внешних конкурентных преимуществ предприятия ресторанного бизнеса, всю совокупность которых можно систематизировать в разрезе отдельных элементов комплекса маркетинга ресторанных услуг.

Методы

Основные положения и выводы, которые сформулированы и обоснованы в данном исследовании получены с помощью методов экономико-статистического и логического анализа, методы аналогии, сравнения, наблюдения.

Результаты

Маркетинговая поддержка бизнес-процессов предполагает как удовлетворение информационно-аналитических потребностей маркетинга организации, так и разработку комплекса инструментов, реализация которых способствует достижению удовлетворению потребностей потребителей товаров и услуг, на рынке которых выступает организация.

Маркетинговая поддержка ресторанного бизнеса должна учитывать специфику элементов комплекса ресторанного маркетинга, а также особенности факторного окружения предприятий ресторанного бизнеса в России и за рубежом. Активное развитие сферы общественного питания в России и за рубежом признается экспертами и подтверждается статистически (рис. 1, 2).

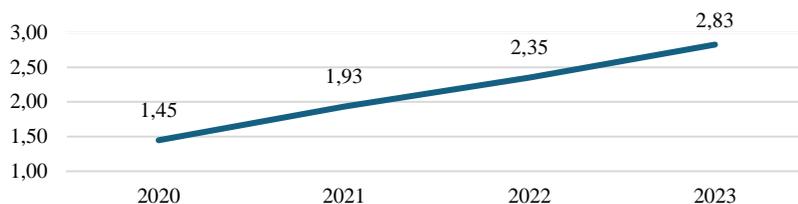


Рис. 1. Оборот субъектов сферы общественного питания в России в 2020–2023 гг., трлн р. [14]

В 2023 году оборот общественного питания в России достиг значения в 2,83 трлн р., что больше, чем в предыдущем году на 0,48 трлн р., однако цепной темп его роста за прошедшие 3 года несколько замедлился от 133,43% в 2021 году до 120,26% в 2023 году. Также можно констатировать появление новых объектов российской сферы общественного питания (без учета столовых, находящихся на балансе учебных заведений, организаций, промышленных предприятий) (рис. 2).

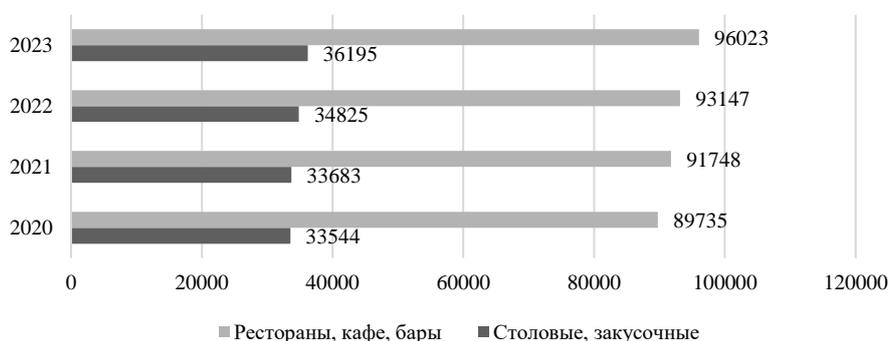


Рис. 2. Количество субъектов сферы общественного питания в России в 2020–2023 гг., ед. [14]

Количество ресторанов, баров в 2023 году на российском рынке услуг общественного питания увеличилось на 2876 заведений, по сравнению с предшествующим годом. За тот же период стало больше и столовых, закусочных на 1370 единиц. Возросшее внимание населения к ресторану как месту питания, восстановления жизненных ресурсов, самореализации в части выбора формы досуга определена значительным прогрессом данной сферы, многоаспектностью ее инновационного развития [13]. Значительный вклад в рост деловой активности отрасли внесли длительные ограничения пространственного перемещения в период пандемии. Сегодня потребители все чаще выбирают заведения общественного питания как место встреч и совместного отдыха в комфортных условиях. Исследование факторов, определяющих развитие рынка услуг ресторанного бизнеса, позволило их группировать по характеру влияния на функционирование субъектов отрасли (табл. 1). Рост и развитие рынка услуг общественного питания в России осуществляется вопреки пессимистичным прогнозам, сделанных в условиях санкционных ограничений, стимулировавшие рост туристского потока по внутренним направлениям, который следует обеспечить услугами питания как в местах размещения, так и на пути следования гостей по туристскому маршруту. Таким образом, несмотря на инфляционный рост стоимости основных и оборотных средств предприятий питания, можно констатировать увеличение среднего чека, и, соответственно, выручки.

Таблица 1

Факторы, влияющие на развитие ресторанного бизнеса в России

| Факторы положительного влияния | Факторы негативного влияния |
|--|---|
| 1. Изменение пищевого поведения населения, предпочтение питания «вне дома» | 1. Инфляционное воздействие на покупательскую способность потребителей |
| 2. Рост потребности населения как в организованном досуге, так и культурном развитии | 2. Рост конкуренции со стороны предприятий питания, досуговых учреждений, розничных сетей |
| 3. Развитие внутреннего туризма в России | 3. Усиление санкционного давления и сужение выбора закупаемых материальных ресурсов |
| 4. Укрепление позиций отечественных поставщиков материальных ресурсов и появление новых поставщиков из дружественных стран | 4. Рост демократичных ценовых предложений предприятий общественного питания, экспансия формата Dark Kitchen |
| 5. Развитие среднего профессионального и высшего профильного образования в России | 5. Нестабильность внешней политики, зависимость от зарубежных поставщиков продукции и оборудования |
| 6. Развитие цифровых технологий, применяемых на всех этапах сервисной деятельности, включая маркетинговую поддержку ресторанного бизнеса, цифровизация клиентского опыта | 6. Популяризация сферы IT, отток будущих специалистов в профессии потенциально высокооплачиваемые |
| 7. Развитие сервисов доставки | 7. Нехватка рабочей силы, низкий престиж работы официантов, высокая текучесть кадров в отрасли |
| 8. Внимание потребителей к здоровому питанию, натуральному происхождению блюд | 8. Релокация населения как потеря части целевой аудитории и кадров |

Пандемия не только стимулировала развитие системы безналичной оплаты заказов, повысив информационную прозрачность ресторанного бизнеса, но и активизировала множество сервисов доставки, в том числе как дополнительную услугу самого предприятия питания. Исследовательский интерес вызывает тенденция изменения пищевого поведения населения, растет частота приемов пищи вне дома, чему способствует развитие сетей предприятий общественного питания, особенно фастфудов, в России. В эпоху высокой деловой активности, насыщенной социальной жизни, постепенно утрачивается культура семейного приготовления еды и трапезы. Многие рестораны на российском рынке услуг общественного питания выбирают стратегию позиционирования как семейного заведения, где созданы все условия для совместного времяпрепровождения, включая игровые комнаты для детей. Наличие последних зачастую являются ключевым фактором выбора гостями заведения для семейного досуга [17]. Несмотря на негативные последствия политической обстановки в стране, развитие рынка общепита поддерживается за счет расширения демократичных сегментов Fast Food (быстрое питание) и Grab&Go (продажа готовых блюд в индивидуальной упаковке). Нестабильность экономики не отменяет потребностей населения в услугах питания. Одновременным, но противоположным по направлению к рынку Fast Food трендом является Wellness-тренд, означающий более осмысленное потребление здоровой и полезной пищи, что создает новые ориентиры для индустрии питания. Если сегмент Fast Food показал активный рост во времена пандемии, то по ее окончании потребители стали больше заботиться о собственном здоровье и обращать внимание на состав и калорийность блюд. Сокращаются продажи алкоголя, растет интерес к продуктам без сахара, с минимальным количеством жира, молочным продуктам растительного происхождения. Ограничения локдауна в прошлом и политическая обстановка в настоящем способствовали зарождению интереса населения к блюдам кухни различных стран мира, как альтернативе удовлетворения культурно-познавательных потребностей, если не через сферу туризма, то через индустрию питания.

Ресторанный бизнес сталкивается с беспрецедентными трудностями в создании своей уникальной идентичности в условиях перенасыщенности ресторанами. Экономические трудности еще больше обостряют эту борьбу, подчеркивая ключевую роль экономически эффективного маркетинга как инструмента преодоления этих препятствий. Успешные стратегии ресторанного маркетинга требуют постоянной эволюции, чтобы соответствовать постоянно меняющемуся ландшафту индустрии гостеприимства и меняющимся предпочтениям потребителей. В то время как традиционные маркетинговые методы сохраняют свою актуальность, эволюция ресторанного маркетинга требует от маркетологов разработки новых кампаний, основанных на больших данных, которые активно вовлекают потребителей ресторанных услуг благодаря большей персонализации и более полному учету потребностей гостей. То есть особенностью современного ресторанного маркетинга является его трансформация под влиянием процессов тотальной цифровизации экономического пространства [4]. Кроме концепции цифровой экономики, ресторанный маркетинг должен учитывать парадигмы экономики внимания и экономики впечатлений [12]. В целом, маркетинг услуг общественного питания можно определить как деятельность по удовлетворению потребностей в готовой продукции и собственного производства, а также в организации условий для ее потребления. Под условиями потребления продукции предприятий общественного питания следует понимать предоставление комфортного пространства и места потребления пищи, организацию досуга гостей. Непрерывное развитие индустрии питания и многообразие форм и методов обслуживания сопровождается с изысканием новых способов обеспечения конкурентоспособности предприятий на рынке услуг общественного питания, и инновации также следует рассматривать в контексте совершенствования и модернизации элементов комплекса или функций маркетинга [8]. В научных кругах проблема недостаточной степени изученности особенностей маркетинговой поддержки различных сфер бизнеса подтверждает единогласно [15]. Маркетинговая поддержка ресторанного бизнеса приобретает все более цифровой характер, охватывая прежде всего элементы «promotion», «process» и условно «physical environment», поскольку контактная работа с потребителем переносится в электронную среду [1,7]. Актуализация направлений маркетинговой поддержки должна осуществляться также с условием новых геополитических реалий, что отражается на содержании элементов «product» и «price».

Новые технологии маркетинговой поддержки ресторанного бизнеса не только обеспечат высокий уровень конкурентоспособности и экономические показатели каждого конкретного объекта микросреды, но будут содействовать формированию иного качества жизни населения, что в свою очередь в долгосрочной перспективе определит вклад в развитие экономики региона и страны в целом [9]. В области продвижения ресторанных услуг следует учитывать растущую цифровую активность населения, рост времени, проводимого в цифровой среде посредством различных гаджетов. Особую роль в расширении маркетинговых коммуникации ресторанных брендов играет инфлюенс-маркетинг. Фуд-блогинг, размещение продвигающего контента на электронных площадках, формируют интерес на первоначальном этапе знакомства потребителя с деятельностью ресторанного бизнеса и поддерживают его на протяжении всего периода взаимодействия компании в статусе клиента [11]. Разработка элемента «process» предполагает прежде всего внедрение концепции бережливого производства с целью оптимизации ресторанных бизнес-процессов. Инновационный характер концепции бережливого производства спорен, однако акцентирование на ней менеджмента ресторана, комплексно трансформирует и оптимизирует все процессы, включая элементы системы ресторанного сервиса [6]. Что касается продвижения ресторанных услуг, то здесь инновационное поле достаточно широко и обусловлено развитием информационно-коммуникационных технологий. Методы современного ресторанного маркетинга варьируются от искусственного интеллекта и гостевого Wi-Fi до платформ обработки данных о клиентах, онлайн-заказов, веб-сайтов, аналитических платформ, сайтов с обзорами рынка, CRM, электронной почты, SMS и рекламы. В настоящее время разработка инновационных решений в сфере ресторанного сервиса становится вопросом уже не выбора, а необходимости. В продолжении рассуждений об особенностях ресторанной услуги как маркетингового продукта, качество которого сложно оценить непосредственно до процесса обслуживания, обратим внимание на роль поисковых систем, сайтов-агрегаторов, сайтов рейтинговых агентств в аккумуляции отзывов и их влиянии на формирование представлений потенциальных гостей об уровне сервиса в конкретном ресторане и выводов о целесообразности его посещения. Использование искусственного интеллекта (ИИ) в ресторанном маркетинге становится все более популярным инструментом для получения ресторанами конкурентных преимуществ [5]. ИИ позволяет ресторанам лучше понимать поведение гостей, анализировать данные о них и создавать целевые кампании, адаптированные к их индивидуальным потребностям и предпочтениям. Искусственный интеллект участвует в автоматизации таких задач, как автоматизация маркетинга, персонализация контента и сегментация клиентов. Технологии ИИ используются для анализа данных о посетителях и разработки рекомендаций по новым продуктам или услугам, помогая ресторанам ориентироваться в своих сообщениях на нужную аудиторию и более точно прогнозировать поведение гостей. Понимание и реализация принципов устойчивого развития в сфере общественного питания приносит новые коррективы и в содержание направлений его

маркетинговой поддержки [18]. Достижение целей экономического благополучия через социальную и экологическую ответственность ресторанного бизнеса отражается на всем комплексе маркетинга в целом, а не исключительно на продвижении компании (ее декларация, эко-символика, PR-мероприятия и т.д.). Устойчивый маркетинг в ресторанном бизнесе ориентирует на его адаптацию не просто к потребностям в качественном и доступном продукте (услуге), но и учитывают стремление современного потребителя вносить вклад в решение проблем общества, включая экологические. Другими словами, маркетинговое удовлетворение потребностей становится более многоплановым, затрагивая практически все уровни актуализированной пирамиды Маслоу.

Обсуждение

В разработке комплекса ресторанного маркетинга рекомендуется учитывать отличительные черты услуг исследуемой отрасли, сформулированные С.А. Бугаенко (рис. 3) [3].



Рис. 3. Особенности сервисной деятельности в ресторанном бизнесе

Представленная выше система связей элементов ресторанного сервиса и требований к ним подчеркивает необходимость пространственного и временного соответствия между различными операциями процесса обслуживания на предприятии питания, что отражает уровень его комфорта для гостей. Элементы услуги общественного питания, в отношении которых могут быть применены инструменты маркетинга представлены ниже (рис. 4).

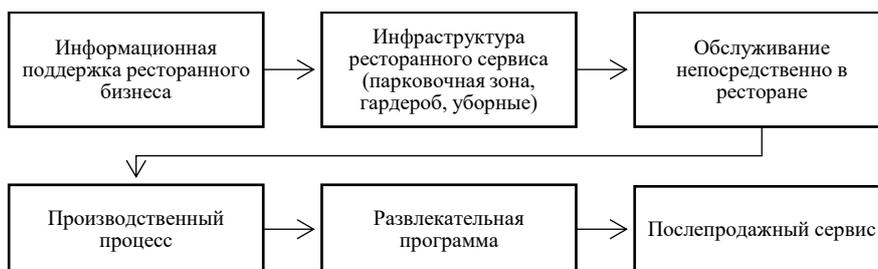


Рис. 4. Составляющие услуги общественного питания

А.Ю. Чубовский, С.Н. Текучева отмечают, что к ресторанным услугам предъявляется основное требование – обеспечение пространственно-временного соответствия всех услуг общественного питания [19]. Следуя логике данных ученых, все перечисленные выше составляющие должны предоставляться в определенном пространстве с кратким временным разрывом, независимо от того, осуществляется ли обслуживание непосредственно в заведении, или речь идет об услугах кейтеринга и доставки. Для каждого вида услуги заведение устанавливает пространственно-временные ориентиры, которым следуют во обеспечение высокого качества ресторанного сервиса. Ресторанную услугу можно рассматривать как маркетинговый продукт на трех уровнях, соотносимых с нуждами, потребностями и запросами потребителей (рис. 5). В зависимости от типа заведения общественного питания ожидания гостей в той или иной степени сосредотачиваются на представленных выше уровнях.

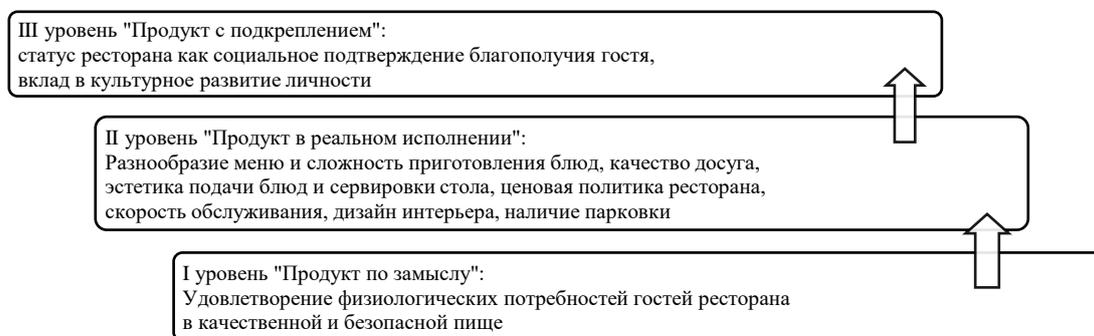


Рис. 5. Уровни восприятия услуги общественного питания как маркетингового продукта

Для столовой и закусочной, достаточно отработанного «продукта по замыслу» и таких составляющих «продукта в реальном исполнении» как цена и скорость обслуживания. Для кафе характерен больший акцент на таких параметрах II уровня как разнообразие меню, эстетика процессов, качество досуга. Ресторанные услуги воспринимаются как более

сложный маркетинговый продукт, обладающий социально-культурной значимостью, престижем, атрибутом состоятельности гостя [10]. В целом, для комплекса маркетинга услуг характерно расширение до «7р», каждый элемент которого можно интерпретировать с учетом особенностей развития предприятия общественного питания (табл. 2).

Таблица 2

Особенности маркетинг-микс услуг общественного питания

| Элемент «7р» | Описание |
|----------------------|--|
| Product | Ценностное предложение ресторана (основное меню, бизнес-ланч, детское меню, диетическое меню, барная карта, спектр дополнительных услуг) |
| Price | Ценовые стратегии, система скидок |
| Place | Месторасположение объекта (связь с торговой и транспортной инфраструктурой) |
| Promotion | Маркетинговые коммуникации (реклама, связи с общественностью, стимулирование продаж, прямой маркетинг) |
| People | Кадровый маркетинг (человеческий капитал ресторана) |
| Process | Бизнес-процессы и технологии ресторанный бизнеса |
| Physical environment | Физическое пространство предоставления ресторанных услуг (интерьер и экстерьер ресторана, мерчандайзинг) |

Особое внимание следует обратить на такой специфический элемент, свойственный комплексу маркетинга услуг, как Physical environment – физическое окружение (среда, доказательство). Услугу, как известно, в отличие от товара, сложно оценить до ее приобретения. Однако ожидания клиента могут формироваться с учетом материальной обстановки, в которой эти услуги производятся [16]. Так и в ресторане, привлечение первичного потока гостей во многом обусловлено привлекательным экстерьером и интерьером, оригинальной дизайнерской концепцией, создающих новые впечатления для посетителя. Гораздо более сложной задачей является его удержание. Регулярное обновление физического окружения ресторана достаточно затратно с точки зрения объема финансовых и временных ресурсов. Однако само понятие «комплекс» предполагает взаимную поддержку других элементов комплекса маркетинга: обновление меню, промо, развлекательные программы. В свою очередь эстетика и оригинальность физического пространства ресторана служит обоснованием стратегии ценообразования [2]. В лаконично оформленном заведении, с некоторой степенью аскетичности, потребитель ожидает низких цен и понимает причины ограниченного набора услуг, обеспечивающих базовый комфорт пребывания в ресторане. И, с другой стороны, в дорогом интерьере стратегия престижных цен вполне понятна для гостей, однако и требованиям к уровню ресторанного сервиса будут достаточно высоки.

Заключение

Направления маркетинговой поддержки ресторанного бизнеса можно рассматривать в разрезе отдельных элементов комплекса или функций маркетинга, однако их содержание трансформируется в условиях тотальной цифровизации экономики и актуализации проблем устойчивого развития отрасли. В условиях мультиформатности объектов ресторанного бизнеса комплекс маркетинга следует разрабатывать исходя из концепции ресторанного бизнеса, но в любом случае, речь идет об адаптации ценностного предложения компании к потребностям целевой аудитории. Для различных категорий клиентов необходимо создавать различной степени сложности приготовления продукт, ориентированный на разные уровни дохода обслуживаемого контингента. В случае категорий «закусочная» и «столовая» ценность комплексного ресторанного продукта будет заключаться в скорости обслуживания и низкой цене на базовые продукты для ежедневного питания. Для категорий «кафе», «бар» и «ресторан» потребуются концептуализация ресторанного сервиса, сложность и оригинальность меню, более комфортные пространство и условия обслуживания, в которых уровень цен и скорость подачи блюд уступают свою приоритетность. В целом, маркетинговая поддержка способствует достижению высокой степени удовлетворенности клиентов как комплексным предложением предприятия ресторанного бизнеса, так и его роли в современных реалиях рыночной среды и жизни общества. Особенности применения маркетингового инструментария в ресторанном бизнесе обусловлены спецификой самой услуги как объекта коммерческой деятельности, ее свойствами. Прежде всего это выражается в расширении комплекса маркетинга за счет включения в него элементов «процесс» и «физическое окружение». Анализ эффективности маркетинговой поддержки ресторанного бизнеса может проводиться в разрезе отдельных составляющих системы ресторанного сервиса, элементов комплекса маркетинга, маркетинговых функций.

Литература

1. Бацына Я.В. Использование и перспективы цифровых технологий в ресторанном бизнесе // Вестник Алтайской академии экономики и права, 2019. – № 4–1. – С. 10-18.
2. Богатова Н. Ценообразование в ресторане: выбираем модель [Электронный ресурс]. URL: https://restoranoff.ru/solutions/marketing/Viebiraem_model_cenoobrazovaniia/.
3. Бугаенко С.А. Маркетинговые особенности классификации ресторанных товаров и услуг предприятий пищевой промышленности // Карельский научный журнал, 2014. – № 1. – С. 78-80.
4. Восколович Н.А. Особенности трансформации сферы услуг в новой экономической реальности // Государственное управление. Электронный вестник. – 2023. – № 99. – С. 35-48.
5. Колесов И.Р. Особенности конкурентоспособности предприятий общественного питания // Экономика и бизнес: теория и практика, 2023. – № 3–2. – С. 50–53.
6. Кузнецова Е.В. Совершенствование услуг предприятий питания индустрии HoReCa / Е.В. Кузнецова, Т.Ю. Токарева // Гуманитарный научный журнал, 2021. – № 1. – С. 139-144.
7. Лосевская С.А. Мерчандайзинг как стратегия инноваций для предприятий общественного питания // Пищевая индустрия, 2021. – № 2. – С. 54–56.
8. Лунёва Ю.В. Влияние инноваций на развитие ресторанного бизнеса // Инновации и инвестиции, 2020. – № 7. – С. 3–5.
9. Мазанкова Т.В. Услуги торговли и питания в методиках оценки качества жизни // Власть и управление на Востоке России, 2023. – № 3. – С. 88–101.
10. Офицерова Н.А. Роль эмоционального сервиса в ресторанном бизнесе // Вестник университета, 2021. – № 11. – С. 164–167.
11. Писарева Е.В. Инфлюенс-маркетинг как инструмент эффективной коммуникации в цифровой среде // Beneficium, 2023. – № 4. – С. 85–91.
12. Ралык Д.В. Развитие физического и цифрового пространства в ресторанном мерчандайзинге // Экономика и предпринимательство, 2024. – № 3. – С. 1422–1427.
13. Ресторанный рынок России [Электронный ресурс]. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Ресторанный_рынок_России#:~:text=В%202022%20году%20число%20потребителей,опубликовано%20в%20декабре%202023%20года.

14. Розничная торговля и общественное питание // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayaatorgovlya>.
15. Скоробогатов М.В. Внедрение инструментов цифровизации в сфере общественного питания / М.В. Скоробогатов, Л.В. Минченко // Экономика и экологический менеджмент, 2023. – № 1. – С. 108–116.
16. Тихонова Е.Г. Формирование конкурентных преимуществ ресторана с использованием сенсорного брендинга // Теория и практика современной науки, 2023. – № 4. – С. 258–261.
17. Уваров Е.С. Особенности маркетинга в сфере общественного питания // Теория и практика современной науки, 2018. – № 1. – С. 516–521.
18. Фокина О.В. Реализация концепции устойчивого маркетинга в ресторанном бизнесе // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета, 2022. – № 2. – С. 236–247.
19. Чубовский А.Ю., Текучева С.Н. Маркетинговые особенности ресторанных услуг // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, 2016. – № 5–2. – С. 150-152.
20. Cirjevskis A. Exploring Dynamic Managerial Capabilities for Digital Transformation in Global Grocery Retail // Walmart's Alliance with IBM, 2020.
21. Nuseir M.T. Potential impacts of blockchain technology on business practices of bricks and mortar (B&M) grocery stores // Bus. Process. Manag. J. – 2020. – № 27. – P. 1256-1274.

УДК 331.108.2

Н.А. Иванова, В.О. Конкин, И.М. Кублин

**ДИАГНОСТИКА КАДРОВОГО СОСТАВА
И МАРКЕТИНГОВОЕ ПРОФИЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА
В УПРАВЛЕНИИ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

N.A. Ivanova, V.O. Konkin, I.M. Kublin

**DIAGNOSTICS AND MARKETING PROFILING OF PERSONNEL
IN THE MANAGEMENT OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE**

Ключевые слова: кадровый состав, диагностика, система управления, оценка персонала, организационная структура, предприятие, мотивация сотрудников, маркетинговые инструменты.

Keywords: personnel composition, diagnostics, management system, personnel assessment, organizational structure, enterprise, employee motivation, marketing tools.

Цель: сформировать содержательную характеристику кадрового состава конкретного промышленного предприятия и обосновать тенденции его совершенствования при выполнении производственных функций. Обсуждение: в статье рассматриваются актуальные проблемы кадрового состава в системе управления промышленным предприятием. Раскрываются теоретические аспекты диагностики кадрового состава предприятия. Авторы на примерах раскрывают неоднородную структуру персонала и приводят узловые укрупненные группы работников предприятия. Проводится анализ системы управления предприятием ООО «Металл Профиль» и оценка кадрового состава. Выявляются проблемы и недостатки в использовании рабочей силы. Результаты: на основе изложенного материала предлагаются направления, которые позволят совершенствовать управление персоналом на предприятии: улучшение условий труда, повышение мотивации сотрудников, обучение и развитие персонала, создание благоприятной корпоративной культуры, внедрение современных технологий в управление персоналом.

Purpose: to formulate a meaningful description of the personnel composition of a particular industrial enterprise and to substantiate the trends in its improvement in the performance of production functions. Discussion: the article discusses current problems of personnel in the management system of an industrial enterprise. The theoretical aspects of diagnosing the personnel of an enterprise are revealed. The authors use examples to reveal the heterogeneous structure of personnel and cite key enlarged groups of enterprise employees. An analysis of the enterprise management system of Metal Profile LLC and an assessment of personnel are being carried out. Problems and shortcomings in the use of labor are identified. Results: based on the presented material, directions are proposed that will improve personnel management at the enterprise: improving working conditions, increasing employee motivation, training and development of personnel, creating a favorable corporate culture, introducing modern technologies in personnel management.

Электронный адрес: ivanovana@sstu.ru, konkin009@mail.ru, kublinim@sstu.ru

Введение

Развитие экономических отношений предполагает исследование, корректный анализ и объективную оценку трудовых ресурсов промышленного предприятия в его производственно-хозяйственной деятельности. Промышленное предприятие – особый механизм, имеющей внутреннюю структуру с его кадровым составом, которая увязана с внешней рыночной средой. Найти решение проблемы обеспечения кадрами и функционирования в сложных рыночных условиях сложно, но необходимо. В этой связи формирование эффективной производственной и кадровой политик, адекватных рыночной ситуации, по нашему мнению, может дать экономическую выгоду хозяйствующему субъекту и конкурентные преимущества в области производства продукции и оказания услуг [11]. Кроме того, отметим, что запоздалая реакция в сфере изменения состава и квалификации трудовых ресурсов может привести к финансовым потерям и экономическим трудностям в производственно-хозяйственной деятельности предприятий. Вышесказанное демонстрирует исключительную важность реализации политики, связанной с кадровым обеспечением действующего предприятия.

Методы

В статье при проведении исследования использовались системный, статистический и программно-целевые подходы, методы формализации и сравнительного анализа, графической визуализации и экспертных оценок.

Результаты

В современном мире эффективность и результативность работы, а также конкурентоспособность предприятия во многом определяются качеством ее кадрового состава. Известно, что одним из ресурсов промышленного предприятия является его кадровый состав. Кроме того, эффективная производственная деятельность промышленного предприятия должна согласовываться с подбором кадров и правильной расстановкой имеющихся в наличии кадров. Кадровый состав на предприятии в определенной степени представляет собой некоторый совокупный спрос и предложение квалифицированной рабочей силы для выполнения производственной программы. Основой производственно-социальных отношений являются экономически активные трудовые ресурсы, входящие в кадровый состав предприятия [9]. В условиях современного производства индивидум приобретает навыки и способности при необходимости переключаться на новые виды трудовой деятельности и овладевать другими специальностями, используя инновационные способы. Кроме того, перемены в выполнении трудовых функций требуют от работников развития способностей, знаний и умений, которые позволяли бы им гибко и оперативно переключиться на другие виды производственных работ [10]. При этом особое значение на предприятии отводится кадровому составу. Поэтому диагностика кадрового состава позволяет оценить уровень профессионализма сотрудников, их компетенции, мотивации труда, лояльности к предприятию и другие важные характеристики, которые влияют на культуру производства и производительность труда [2]. В непрерывно меняющихся рыночных условиях предприятия вынуждены активизировать методы мотивации сотрудников. Эффективным способом регулирования компетентной профессиональной деятельности работников на предприятии является процесс управления вознаграждением за его труд [8]. Кроме того, система мотивации и стимулирующих факторов должна обеспечивать выгоду как для предприятия, так и для работников, занятых в производстве и реализации продукции. В этой связи формы и методы управленческого труда существенно облегчают процесс трудовых операций по управлению предприятием и кадрами [7]. С

увеличением масштабов производственной деятельности усиливается значимость качества управленческого звена, способность представлять производственно-технологические процессы в целом, правильно определять направления развития предприятия и возможности трудового коллектива по выполнению программы функционирования. Каждое производственное подразделение, входящее в состав предприятия, должно самостоятельно или по согласованию с другими подразделениями решать задачи, связанные с управлением персоналом [7]. При этом на отдел кадров должны быть возложены координирующие функции, связанные с подбором работников в производственные и непромышленные подразделения. Кроме того, система управления (рис. 1) должна играть ключевую роль в обеспечении эффективности деятельности предприятия, поскольку она определяет принципы, методы и инструменты управления, а также распределение полномочий и ответственности между подразделениями и сотрудниками.

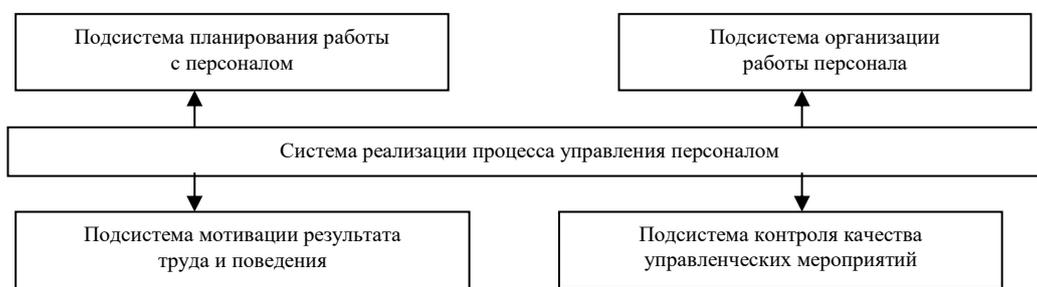


Рис. 1. Структура системы управления персоналом

Структура управление относится к ключевым факторам организации производственно-хозяйственной деятельности предприятия, так как близко увязана со стратегическими целями развития, процессом распределения властных полномочий и управления персоналом. Как видно из представленного рисунка, в рамках структуры происходит управленческий процесс, а именно: получение и продвижение информационных ресурсов, принятие управленческих решений разной значимости, в которых участвует персонал предприятия для своевременного и качественного выполнения своих обязанностей. Структура системы управления представляет собой набор образующих элементов, как некоторую совокупность управленческих подразделений или звеньев, обеспечивающих взаимную неразрывную связь между управляющей и управляемыми подсистемами предприятия. Исследование существования процесса управления на промышленном предприятии трудовых отношений в системе кадрового обеспечения основывается на системном подходе, рассматривающем управляющую и управляемую подсистемы как единое целое в производственно-хозяйственной деятельности.

Иерархически упорядоченная система формирует устойчивость взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, обеспечивающих процессы функционирования и развития предприятия, как единого целого, с учетом конфигураций разделения и кооперирования трудовых функций по направленным решениям поставленных целей и задач [6]. Мониторинг и комплексная оценка процесса управления дает возможность определить проблемные зоны, выявить перспективные маршруты оптимизации и совершенствования процесса управления, что будет способствовать эффективности функционирования промышленного предприятия с учетом непрерывно изменяющихся конкурентных условий. Значительным шагом в совершенствовании организационной структуры, связанной с процессом управления хозяйствующим субъектом, может явиться формирование тесных связей между производственными и другими структурными подразделениями с учетом выполнения стратегических задач предприятия [5]. При этом при всех организационных изменениях должна быть сохранена традиционная схема распределения ответственности и полномочий. Отметим, что ООО «Металл Профиль» является одним из мировых игроков и лидеров в России по производству металлочерепицы, профнастила, стальных кровель и фасадов из стали.

Первоначально проведем анализ структуры системы управления предприятием ООО «Металл Профиль». В рассматриваемой компании применяется линейно-функциональная система управления, во главе которой находится единоличный управленец, сосредоточивший все функциональные обязанности, связанные с властью на предприятии. Преимущества такой структуры управления, следующие: подразделения организации, фокусируются на конкретных функциях; быстрое принятие решений за счет наличия специализированных линейных руководителей; координация между разными подразделениями и функциями управления; обучение и развитие сотрудников. До настоящего времени на рассматриваемом предприятии кадровое подразделение структурно разобщено с производственным отделом, отделом труда и заработной платы и другими подразделениями, выполняющими функции управления персоналом. Однако следует отметить определенные недостатки: сложность в адаптации к изменениям; возможность возникновения бюрократии; ограниченная коммуникация между подразделениями; неэффективность в решении комплексных проблем. В этой связи персоналу кадрового подразделения предприятия необходимо уметь прогнозировать поведение отдельных групп работников. Практика показывает, в том случае, если вероятность возникновения конфликтной ситуации в коллективе высока, то необходимо принимать корректирующие меры по нивелированию возникающих проблем [1]. Кадровое подразделение предприятия должно выстраивать свою деятельность в интересах предприятия и его производства с жестким построением внутренней структуры для выполнения предписанных в нормативных документах функций [4]. Отметим, что внутренняя структура предприятия характеризуется наличием конструкторских и технических подразделений, а также контрольных, финансовых и экономических служб. На наш взгляд, трудности в деятельности предприятия можно связать с неэффективным управлением, а именно: отсутствием системы привлечения молодых специалистов, закончивших вузы и колледжи, некоторое агрессивное поведение линейных управленцев по отношению к рабочему персоналу, занятому непосредственно в производстве продукции, что приводит к оттоку и текучести кадров.

Обсуждение

Далее перейдем непосредственно к диагностике кадрового состава ООО «Металл Профиль» за 2021-2023 гг. На рис. 2 представлена динамика численности персонала предприятия. Из представленного обзора динамики изменения численного персонала можно сделать вывод о нестабильности кадрового состава предприятия. Например, с 2021 по 2022 г. численный состав трудового коллектива увеличивался, что говорит о наращивании объемов производства, а с 2022 по 2023 г.

происходит снижение выпуска продукции и, как следствие, численный состав работников снизился. В этой связи спрос на трудовые кадры существенно уступает предложению. Проблема в том, что подбор квалифицированных кадров для выполнения производственных работ и подготовка новых сотрудников требует определенного периода времени.

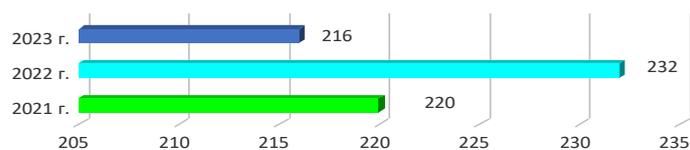


Рис. 2. Обзор динамики численности сотрудников на предприятии ООО «Металл Профиль» за период 2021-2023 гг., чел.

В этой связи работодатель должен создавать условия для привлечения кадров определенной профессиональной квалификации и качества с достойной оплатой их труда с тем, чтобы в процессе выполнения ими трудовых функции решались проблемы выпуска конкурентоспособной продукции. Более детальное исследование состава персонала ООО «Металл Профиль» представлено на рис. 3.



Рис. 3. Обзор изменения численности персонала по составу в период с 2022 по 2023 г., %

В течение анализируемого периода самое значительное изменение произошло в 2023 году по сравнению с 2022 годом, когда количество рабочих, занятых в производстве, снизилось на 10,6%. Руководящий состав показывает стабильную картину, однако в 2023 году к ним присоединяется еще один человек. Максимальное количество специалистов приходится на 2022 год – 46 чел. На рис. 4 отражена структура персонала ООО «Металл Профиль» по гендерному признаку.

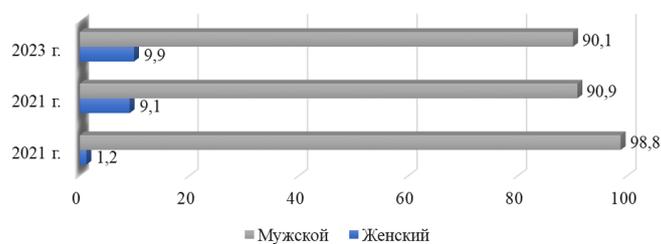


Рис. 4. Обзор структуры численности персонала в ООО «Металл Профиль» по полу за 2021-2023 гг., %

Поскольку специфика работы ООО «Металл Профиль» достаточно тяжелая (производство металлических профилей), то вполне естественно, что наибольшую долю персонала составляют мужчины (90,1%). В свою очередь, женщины, которые составляют 9,9% от общего состава кадров, работают в таких отделах, как финансовый, отдел кадров, отдел продаж и отдел закупок. Гендерная асимметрия занятости персонала на предприятии проявляется в следующем. Женский персонал менее мобилен, так как его связывают семейные проблемы, семья, дети, а увольнение с предприятия в большинстве своем переводит трудоспособных женщин в категорию экономически неактивных людей и за невозможности быстро найти привлекательную работу, может даже с переменной места проживания. Мужчины проявляют больше активности при выполнении трудовых функций и их работа физически более тяжелая. Далее перейдем к анализу численного и возрастного состава работающих в ООО «Металл Профиль» (рис. 5). В 2023 году возраст большинства (36,2%) сотрудников находится в диапазоне от 40 до 50 лет, что меньше на 9,5% по сравнению с предыдущим годом. Почти столько же (31,5%) – сотрудники в возрастном диапазоне от 30 до 40 лет. Как видно из рис. 6, возраст индивидуумов оказывает значительное влияние на динамику и интенсивность текучести кадров на предприятии. С возрастом проявляются тенденции к закреплению на предприятии, так как профессия освоена и в коллективе складываются товарищеские отношения и уже присутствует механизм взаимовыручки. Отметим, что наибольшая вероятность увольнения с предприятия наблюдается у персоны среди крайних возрастных категорий работников: у молодых людей это связано с образованием и созданием семьи, у работников старше 50 лет – профессиональные болезни и выход на пенсию. С возрастом снижается вероятность трудоустроиться на другую работу, так как сложно переквалифицироваться, обучиться и адаптироваться к новой обстановке, к коллективу и условиям жизни. Далее не менее важным показателем при диагностике кадрового состава является оценка численности персонала по уровню образования (рис. 6).

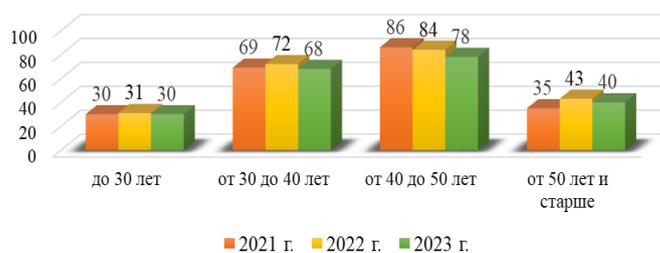


Рис. 5. Обзор численного и возрастного состава персонала ООО «Металл Профиль» за 2021-2023 гг., чел.



Рис. 6. Обзор структуры персонала предприятия по уровню образования, 2021-2023 гг., %

Обследование показало, что уровень образования персонала на предприятии можно считать значительным, так как 51,4% сотрудников имеют высшее образование, при этом показатель продолжает расти каждый год (например, по сравнению с прошлым годом увеличение составило приблизительно 8,1%). Исследования показали, что при производстве металлопродукции значение автоматизированных и роботизированных производственно-технологических процессов возрастает, и это становится проблемой для привлечения образованных людей на действующее производство. К тому же, чтобы обеспечить пригодность работников к выполнению трудовых функций, необходимо повышать их образовательный уровень, усиливать базовую подготовку и вооружать знаниями, имеющими многофункциональное значение, соответствующее техническому уровню производства. На наш взгляд, производственный процесс на предприятии должен быть организован таким образом, чтобы обеспечивалась возможность при необходимости перемещать работников на другие виды технически сложных работ. Использование в производстве продукции различных станков и оборудования, а также разная вооруженность труда, квалификация работников, занятых непосредственно в изготовлении продукции, обуславливают процесс подбора кадров на рабочие места для выполнения производственной программы. Вышеперечисленное в значительной мере определяет экономическую обоснованность деятельности предприятия и условия, когда в силу рыночных предпочтений заказчиков можно изменить производственную программу и изготовить необходимый объем продукции. Далее рассмотрим общий стаж сотрудников ООО «Металл Профиль» (таблица).

Таблица

Численность персонала в ООО «Металл Профиль» по общему стажу работы, 2021-2023 гг.

| Категория персонала | 2021 год | | 2022 год | | 2023 год | |
|---------------------|----------|------|----------|------|----------|------|
| | чел. | % | чел. | % | чел. | % |
| От 1 до 5 | 3 | 1,4 | 3 | 1,3 | 3 | 1,4 |
| От 6 до 10 | 22 | 10,0 | 23 | 9,9 | 21 | 9,7 |
| От 11 до 15 | 84 | 38,2 | 89 | 38,4 | 83 | 38,4 |
| От 16 до 20 | 71 | 32,3 | 75 | 32,3 | 70 | 32,4 |
| От 21 до 25 | 23 | 10,5 | 24 | 10,3 | 22 | 10,2 |
| Свыше 25 | 17 | 7,6 | 18 | 7,8 | 17 | 7,9 |
| Итого | 220 | 100 | 232 | 100 | 216 | 100 |

Исходя из данных таблицы, можно отметить, что среднее значение трудового стажа персонала на предприятии составляет 15,5 лет. Среднее значение трудового стажа показывает, что в рыночных условиях эффективность производственного процесса зависит не от трудовой деятельности отдельного сотрудника, а от объединенных усилий всех сотрудников, участвующих как в производстве, так и в реализации изготовленной продукции. На рис. 7 отображена динамика коэффициентов движения кадров в ООО «Металл Профиль». В период с 2021 по 2023 г. текучесть кадров оставалась в пределах нормы, однако с 2023 года показатель становится избыточным (11,6%), указывая на нестабильность кадрового состава ООО «Металл Профиль». Общий коэффициент оборота кадров за рассматриваемый период демонстрирует относительно невысокое значение и при этом имеет положительную динамику. Данная тенденция говорит о том, что предприятие справляется с текучестью трудовых ресурсов, эффективно заменяя уволенных сотрудников новыми. Так, в течение последних трех лет наблюдается усиление стабильности рабочего состава, каждый год снижается количество прогулов без уважительной причины, уменьшается количество нарушений трудового регламента, при этом текучесть сотрудников стабильно растет. Для совершенствования процесса управления кадровым составом должно уделяться внимание мотивации и стимулирующему поощрению персонала. Заработная плата и премиальные надбавки обязаны отвечать объему выполненных работ, а премиальные надбавки – соответствовать вкладу работника в достижение производственных целей предприятия [3]. Кроме того, у руководства предприятия должны быть в арсенале способы нематериальной мотивации,

которые позволяют стимулировать персонал к эффективному исполнению производственных заданий и функций. В рыночных условиях производственно-хозяйственной деятельности предприятие должно быть сориентировано на выпуск продукции, предпочитаемой потребителями. В этой связи нужны качественные парадигмальные изменения организационной системы управления кадровым составом, которые продиктованы необходимостью тщательного отбора работников трудовых профессий с учетом их физиологических и профессиональных особенностей, увеличением нагрузки при выполнении производственных заданий и оптимальным распределением их по рабочим местам.

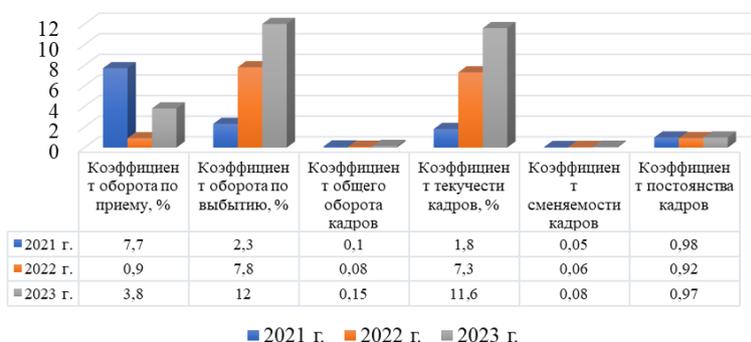


Рис. 7. Коэффициенты движения численности персонала в ООО «Металл Профиль» за период 2021-2023 гг.

В рыночных условиях особое внимание должно придаваться системе управления кадрами, с ориентацией на кооперирование и развитие контрактных отношений, где акцент необходимо перенести на внутрипроизводственную культуру с ориентацией на трудовые ресурсы.

Заключение

Модель управления персоналом в рыночной системе хозяйствования должна позволять справляться с производственными задачами с учетом комплексного анализа кадрового потенциала и потребностей в работниках для выполнения производственной программы предприятия. Существенно усложняет систему привлечения персонала мотивация и стимулирование труда, материальное вознаграждение, которые в последнее время увязываются с повышенными результатами производственной деятельности и получением прибыли предприятием. Направления, которые позволяют совершенствовать систему управления персоналом и снизить уровень текучести кадров в ООО «Металл Профиль», должны быть комплексными, учитывать экономические и психологические аспекты, а также вопросы организационной и производственной культуры. На наш взгляд, это должны быть следующие мероприятия.

1. Улучшение условий труда – создание комфортных условий для выполнения производственных заданий, обеспечение технической оснащённости рабочего места, создание зон для краткосрочного отдыха и приема пищи, а также гибкий и удобный график работы.

2. Повышение мотивации сотрудников, которое должно достигаться за счет внедрения эффективной системы мотивации (премии, бонусы, социальный пакет и возможность карьерного развития).

3. Обучение и развитие персонала должно осуществляться путем организации тренингов, стажировок, обмена опытом с коллегами из других предприятий.

4. Создание благоприятной корпоративной культуры, которое должно осуществляться за счет проведения мероприятий, способствующих формированию сплоченного коллектива и развитию корпоративной этики.

5. Внедрение современных технологий в управление персоналом обязано формироваться и осуществляться через использование HR-систем – автоматизированных систем управления персоналом, которые упрощают процессы найма работников, адаптации и обучения сотрудников, а также оценки их работы.

Диагностику кадрового состава можно охарактеризовать противоречивыми процессами, что требует их исследования в целях повышения устойчивости функционирования предприятия в рыночной системе хозяйствования. Практическая значимость заключается в обосновании концепции мотивации и стимулирования деятельности кадрового состава предприятия, сосредоточенная на улучшении условий труда и качественного выполнения трудовым персоналом возложенных на него функций, сконцентрированных на достижение стратегических целей предприятия. Таким образом, диагностика кадров и комплексный подход к системе управления предприятием ООО «Металл Профиль» с использованием инструментария маркетинга и менеджмента персонала дает возможность раскрыть положительные и отрицательные стороны в производственно-хозяйственной деятельности, а также сформировать направления развития и повышения конкурентоспособности предприятия на рынке готовой продукции из металлопрофиля.

Литература

1. Андреева Т.А. Тенденции развития стратегического управления // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского, 2012. – № 3. – С. 146-153.
2. Беседина О.И. Инновационные методы в кадровой политике // Экономика. Менеджмент. Инновации. – 2019. – № 1. – С. 3–10.
3. Варламова Е.А. Развитие нормативно – правовых основ управления человеческим капиталом в цифровой экономике // Человеческий, производственный и сервисный потенциал экономики: глобальные тренды и локальные практики: Материалы Международной научно-практической конференции, Саратов, 28 ноября 2019 года. – Саратов: Общество с ограниченной ответственностью Издательство «КУБиК», 2020. – С. 100-105.
4. Воронов А.А. Конкурентная среда российского грузового автомобилестроения: проблемы и перспективы / А.А. Воронов, Н.А. Овчаренко // Практический маркетинг, 2011. – № 1. – С. 28-40.
5. Глухова Л.В. Управление затратами на качество функционирования социально-экономических систем // Вестник Самарского государственного экономического университета, 2008. – № 6. – С. 21-26.
6. Демьянченко Н.В. Компетентность персонала в системе менеджмента современной организации // Сфера услуг: инновации и качество, 2012. – № 5. – С. 72-77.

7. Киселева М.В. Концептуальный подход к организации нормирования труда на предприятии / М.В. Киселева, А.Ж.Е. Махметова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2013. – № 4. – С. 67-71.
8. Молодежный рынок труда: оценка и моделирование межрегиональных различий / Т.В. Блинова, С.А. Андрющенко, С.Г. Былина [и др.]. – М.: ООО «Издательский дом КДУ», 2016. – 178 с.
9. Смирнов А.А. Стратегический подход к управлению системой обеспечения компании квалифицированными кадрами / А.А. Смирнов, И.А. Кулькова // Вестник евразийской науки, 2023. – Т. 15. – № 3.
10. Фоменко Н.М., Кураян К.А. Управление персоналом в современной организации: новая область исследований и ее перспективы // Экономика и предпринимательство, 2021. – № 11. – С. 1286-1289.
11. Шорина А.В. Реализация компетентностной парадигмы в образовательном процессе вуза. Рефлексивные умения: место и роль в профессиональной подготовке психологов / А.В. Шорина, О.М. Гуменская // Педагогический журнал, 2020. – Т. 10. – № 5-1. – С. 288-297.
12. Kovarda V.V. Dynamic Examination Of Foreign Investment In Russia / V.V. Kovarda, R.A. Laptev, I.N. Nekhoroshikh // В сборнике: Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020. – 2019. – P. 4605-4611.
13. Fedorova N.V. et al. Problems of the digital economy development in the transport industry // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. – IOP Publishing, 2019. – Т. 315. – № 3.

УДК 658.8:339.138

О.Ю. Ивашкова, И.В. Яхнеева

**УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПОТРЕБИТЕЛЯ
В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

O.YU. Ivashkova, I.V. Yakhneeva

**CUSTOMER LOYALTY MANAGEMENT
FOR THE RESTAURANT BUSINESS**

Ключевые слова: ресторанный бизнес, удовлетворенность потребителей, лояльность потребителей, поведение потребителей, изменение рынка, клиенты, бонусная программа, конкуренция.

Keywords: restaurant business, consumer satisfaction, consumer loyalty, consumer behavior, market changes, clients, bonus program, competition.

Цель: выявить факторы, влияющие на действия потребителей в точках ресторанного обслуживания, для повышения продаж и уровня удовлетворенности клиентов. Обсуждение: в статье рассматриваются методические аспекты выявления причин снижения лояльности посетителей кафе и ресторанов. Методическая основа включает в себя инструменты оценки удовлетворенности и лояльности клиентов, методы сбора первичных данных посредством опроса клиентов и наблюдения за ними в точках обслуживания. Результаты: полученные результаты подтвердили предположение о наличии скрытых факторов неудовлетворенности посетителей в процессе обслуживания, их влиянии на продажи и лояльность клиентов. Статья будет полезна предпринимателям и специалистам по маркетингу, изучающим вопросы взаимодействия с потребителями и повышения качества их обслуживания в индустрии общественного питания.

Purpose: to identify factors influencing consumer actions at restaurant service points to increase sales and customer satisfaction. Discussion: the article discusses methodological aspects of identifying the reasons for the decrease in loyalty of cafe and restaurant visitors. The methodological basis includes tools for assessing customer satisfaction and loyalty, methods for collecting primary data through surveys of customers and observing them at service points. Results: the obtained results confirmed the assumption about the presence of hidden factors of visitor dissatisfaction in the service process, their impact on sales and customer loyalty. The article will be useful to entrepreneurs and marketing specialists studying issues of interacting with consumers and improving the quality of their service in the catering industry.

Электронный адрес: olesya@ivashkova.ru, rinadoo@yahoo.com

Введение

Одной из задач, решаемых бизнесом в части управления отношениями с потребителями, является стремление завоевать лояльность клиента. Для сферы ресторанного бизнеса задача является особенно актуальной вследствие роста уровня конкуренции и повышения требований потребителей к сервису. Согласно результатам исследований, 5% удержанных потребителей увеличивают доходность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса в диапазоне 25-125% [5]. С увеличением количества ресторанов и других общественных точек питания в 2024 году [9] проблема повышения лояльности клиентов становится еще более значимой. Для ресторанного бизнеса особую важность имеют имидж и репутация, а также внедрение технологий, обеспечивающих эффективное взаимодействие с гостями [4]. По данным эмпирических исследований, выбор ресторана потребителем определяется преимущественно продуктовой и сервисной политикой. Так, Немещанский Б. и др. [14], Длусская В.В., Киселева Е.Н. [1] отмечают ассортиментное предложение, которое зависит от предпочтений потребителей. Джонг М. и др. [12] указывают на характеристики физического окружения и процесса обслуживания, в том числе меры санитарной безопасности, что особенно проявилось во время пандемии CODID-19. Ченг и др. [11] отмечают важность атмосферы заведения и качества обслуживания. Серова Е.Г., Воробьев П.Ф., Файнштейн Е.М. [6] к дополнительным факторам относят дизайн меню, аутентичность еды, маркетинговые коммуникации.

Лояльность потребителей в сфере ресторанного сервиса также определяется предложением ресторана в части меню, ценовой политики, физического окружения и процесса обслуживания. Ба С. и др. [10] доказали, что качество еды, процесса и среды обслуживания положительно связано с удовлетворенностью одиночных посетителей. Серова Е.Г., Файнштейн Е.М., анализируя связь между полезностью оказанной услуги и удовлетворенностью клиентов, определяют факторы конкурентоспособного ценностного предложения: качество блюд и обслуживания, соотношение цены и качества, атмосфера ресторана [7]. Чернова Е.В., Шабалин В.В., Цай Р.Д. [8] в числе постпандемийных трендов, значимых для управления лояльностью, называют персонализацию взаимодействия с потребителями. Косарев С.А. и др. [2] оценили влияние факторов лояльности на различные группы потребителей. Кириллова Л.К. [3] называет наиболее важными элементами формирования лояльности потребителей услуг ресторана такие переменные, как: стандарты качества, широта ассортимента, качество обслуживания, персональный подход к клиенту, наличие бонусных программ, дополнительные сопутствующие услуги и положительный имидж организации. Джум Т.А., Поддубная Е.Л., Заднеповская Е.Л. подчеркивают, что системы лояльности оказались залогом выживания в кризисные времена. Владельцам и топ-менеджерам необходимо оперативно принимать решения, гибко перестраиваясь с учетом изменений рынка. Таким образом, большинство исследований ориентировано на выявление значимых для потребителей критериев выбора заведений, трендов и закономерностей в поведении потребителей. Однако не менее важной для рестораторов является информация о неудовлетворенности потребителей, особенностях принятия решений непосредственно в ресторане в момент оказания услуги и причинах снижения уровня лояльности.

Методы

Для сбора данных о процессе обслуживания использованы метод персонального наблюдения и методы оценки показателей удовлетворенности потребителей (CSI) и индекса лояльности (NPS). Наблюдатели, находившиеся в кофейнях и ресторанах, следили за поведением потребителей и фиксировали время принятия решения клиентами. Эмпирическое исследование проводилось в двух сетях кафе и ресторанов в период с июля по декабрь 2023 г. Наблюдатели оценили более 10 тыс. клиентов, в каждом заведении выборка составила 100 чел. в день в разные дни и временные интервалы. В оценке показателей CSI и NPS принимали участие 2 тыс. респондентов посредством опроса, 700 респондентов заполнили анкеты на кассе. Алгоритм исследования представлен ниже.

1. Диагностика. Проводится оценка удовлетворенности клиентов (CSI) и индекса лояльности (NPS), по результатам которой определяются цели и задачи полевого исследования.
2. Сбор данных. Инструктаж наблюдателей и проведение наблюдения в полевых условиях.
3. Анализ. Производится аналитическая обработка результатов наблюдения, составляется отчет.
4. Разработка и внедрение рекомендаций. На основе аналитических данных разрабатываются рекомендации, которые трансформируются в регламенты и стандарты обслуживания.
5. Оценка результатов внедрения. Проводится оценка удовлетворенности клиентов (CSI) и индекса лояльности (NPS), анализ прироста продаж.

Результаты

Результаты исследования поведения потребителей в сети кофеен-кондитерских. Первичная диагностика выявила следующие проблемы лояльности клиентов:

- неудовлетворенность потребителей, причиной которой стало давление со стороны персонала; среди опрошенных клиентов более 6% озвучили жалобы на предложения покупки большего количества дополнительных товаров и десертов;
- возникновение очередей около касс, увеличение времени ожидания заказа.

Замеры показателя лояльности (NPS) среди посетителей на момент проведения исследования за последние три месяца показали уровень 79,29%, что значительно ниже значения предыдущего года. Исходя из выявленных проблем, требовалось решение следующих задач:

- изучение поведения потребителей на кассе в момент приема заказа для разработки регламента коммуникации с покупателями;
- сохранение доли дополнительных товаров в чеке и уровня лояльности потребителей.

Исследование выявило ряд важных особенностей в поведении потребителей.

1. 72% потребителей принимают решение о покупке в течение времени от 1,5 до 2,5 минут. Такая продолжительность является важной с точки зрения коммуникации. Если сотрудник на кассе делает предложение сразу, как только гость вошел в кофейню, он вызывает раздражение потребителя навязчивым предложением, совершая тем самым коммуникационную ошибку. На основе полученных результатов было принято решение о введении регламента, в соответствии с которым сотрудник на кассе может сделать предложение о товаре только спустя 1-1,5 минуты после того, как покупатель вошел.

2. В среднем семь из десяти покупателей смотрят на витрину, которая находится справа от кассы. На витрине выставлены красиво оформленные десерты, которые не относятся к товарам дополнительных продаж, а входят в категорию основных товаров с низкой маржинальностью. В процессе покупки и предложения дополнительных товаров посетитель смотрит на товары, выставленные на витрине, вследствие чего не осознает, какие товары предлагают ему на кассе, и отвечает отказом. В итоге было принято решение разместить на витрине те товары, которые будут предлагаться клиентам в качестве дополнительных, при этом кассир должен показывать покупателям предлагаемые десерты.

Результаты оценки показателей сервиса через три месяца после внедрения рекомендаций приведены в таблице.

Таблица

Оценка показателей продаж и лояльности после исследования (составлено авторами)

| № п/п | Оцениваемый параметр | Результаты |
|-------|--|--|
| 1 | Лояльность клиентов | Рост на 1,98 п.п. по всей сети с прогнозируемой положительной динамикой |
| 2 | Количество жалоб | Снижение количества жалоб на давление со стороны персонала в части предложения дополнительных продаж |
| 3 | Время ожидания заказа | Не изменилось, так как параметр определяется технологическими процессами, не связанными с поведением потребителя около кассы |
| 4 | Объем дополнительных продаж | Увеличение на 8,03% |
| 5 | Объем продаж по дополнительным товарам | Снижение на 1,8% при одновременном повышении прибыли за счет основного ассортимента |

Введение коммуникационных регламентов и нового оформления витрины оказало влияние не только на потребителей, но и на сотрудников. Так, повысилась лояльность персонала и к гостям, и к компании-работодателю. Процесс коммуникации персонала с клиентами стал более простым и комфортным, поскольку на момент выявления потребностей у покупателя уже сформировалось представление о товаре, и сотрудник может лишь подсказывать и рекомендовать дополнительные товары. Результаты исследования поведения потребителей в сети ресторанов. Предварительная оценка NPS выявила, что в процессе обслуживания гости не владеют информацией о заказе. В рамках исследования помимо наблюдения использовался метод глубинного интервью. Исследование показало следующие проблемы:

- посетители заказывают блюда, которые им ранее были знакомы либо они их ранее пробовали, причиной является отсутствие готовности заказывать что-то новое;
- клиентам не хватало времени для того, чтобы изучить меню, прежде чем к ним подходил официант;
- новое меню предлагалось в качестве дополнения, тем самым посетитель ресторана не успевал изучить меню, при этом официант уже собирал заказ. После заказа клиентам предлагались блюда, которые считались новинками в ресторане. Однако поскольку эти блюда являлись альтернативой сделанному заказу, клиент отказывался от предложения.

Полученные результаты стали основой для принятия решений по изменению регламента обслуживания. Так, в момент подачи меню внимание клиентов фокусировалось на новых блюдах, время на изучение меню увеличено в два раза. Внедрение нового регламента повысило показатель удовлетворенности обслуживанием на 2,7 п.п. Мнения посетителей, собранные методом опроса, содержали более высокие оценки вежливости персонала и осведомленность о новых блюдах в заведении.

Обсуждение

Исследование подтвердило гипотезу о наличии скрытых факторов неудовлетворенности посетителей, возникающих в процессе обслуживания. Лояльность потребителей в сфере ресторанного бизнеса может зависеть от факторов, обусловленных организацией процесса обслуживания. Основным методом подобных исследований является наблюдение в точках

обслуживания, поскольку именно этот метод позволяет выявить не фиксируемые сотрудниками или потребителями факторы и обстоятельства. При необходимости наблюдение может быть дополнено сбором информации посредством личного или глубинного интервью. Исследование обозначило важность оценки лояльности не только внешних клиентов, но и собственного персонала. В этой части необходимы дальнейшие исследования, которые дадут основу для разработки эффективных программ внутреннего маркетинга.

Заключение

Проекты, реализуемые рестораторами, требуют постоянного развития. В противном случае компании теряют клиентов, снижается узнаваемость HR-бренда. Проблема найма сотрудников, и без того актуальная в данной нише, становится еще более острой. В условиях роста цен на качественные продукты, компаниям становится сложнее выживать на рынке и привлекать посетителей. В результате рестораторы все больше ориентируются на изучение поведения гостя, его предпочтений, чтобы повысить лояльность к своему бренду, сформировать базу постоянных клиентов и увеличить средний чек за счет точного попадания в потребность клиента. Проведенное исследование показало, что ограниченность времени принятия решений, несоответствие демонстрируемого предложения и информации со стороны персонала, несогласованность действий персонала в представлении потребителю актуальной информации о предложении оказали влияние на продажи и лояльность клиентов.

Литература

1. Длуская В.В. Теория потребительского поведения в ресторанном бизнесе / В.В. Длуская, Е.Н. Киселева // Путеводитель предпринимателя, 2023. – Т. 16. – № 1. – С. 17-23.
2. Исследование клиентской лояльности в ресторанном бизнесе / С.А. Косарев, М.В. Родичев, А.В. Мебус [и др.] // Московский экономический журнал, 2020. – № 7. – С. 54.
3. Кириллова Л.К. Лояльность потребителей сферы услуг: методический аспект // Экономика и предпринимательство, 2022. – № 2. – С. 877-880.
4. Максименко И.А. Архитектура факторов конкурентной устойчивости ресторанного бизнеса // Экономика, предпринимательство и право, 2022. – Т. 12. – № 2. – С. 709-728.
5. Пониматкина Л.А. Моделирование лояльности потребителей в гостинично-ресторанном бизнесе / Л.А. Пониматкина, С.В. Келейникова, Н.А. Козлова // Вестник Алтайской академии экономики и права, 2023. – № 3. – С. 97-101.
6. Серова Е.Г., Воробьев П.Ф., Файнштейн Е.М. Влияние пандемии COVID-19 на ресторанный бизнес: рекомендации на основе экспертного интервью // Управленческое консультирование, 2023. – № 2. – С. 99-121.
7. Серова Е.Г., Файнштейн Е.М. Ценностное предложение ресторанного бизнеса: интеллектуальный анализ онлайн-отзывов клиентов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2022. – Т. 21. – № 1. – С. 47-73.
8. Чернова Е.В., Шабалин В.В., Цай Р.Д. Изменение поведения потребителей как фактор влияния на развитие ресторанного бизнеса // Общество: политика, экономика, право, 2022. – № 2. – С. 52-67.
9. Итоги ресторанного рынка-2023: неожиданный рост и новые трудности [Электронный ресурс]. URL: <https://www.retail.ru/articles/itogi-restorannogo-rynka-2023-neozhidannyi-rost-i-novye-trudnosti/>.
10. Bae S., Slevitch L., Tomas S. The effects of restaurant attributes on satisfaction and return patronage intentions: Evidence from solo diners' experiences in the United States // Cogent Business & Management, 2018. – V. 5. – № 1. – P. 1-24.
11. Cheng C.C., Chen C.T., Hsu F.S., Hu H.Y. Enhancing service quality improvement strategies of fine-dining restaurants: New insights from integrating a two-phase decision-making model of IPGA and DEMATEL analysis // International Journal of Hospitality Management, 2012. – V. 31. – № 4. – P. 1155-1166.
12. Jeong M., Kim K., Ma F., DiPietro R. Key factors driving customers' restaurant dining behavior during the COVID-19 pandemic // International Journal of Contemporary Hospitality Management, 2021. – V. 34. – № 2. – P. 836-858.
13. Nemeschansky B., von der Heidt T., Kim P.B. Customer-driven menu analysis (CDMA): Capturing customer voice in menu management // International Journal of Hospitality Management, 2020. – V. 91. – № 1. – P. 1-14.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ БРЕНДИНГА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕСТОРАНОМ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ

THEORETICAL MODEL OF BRANDING IN THE MARKETING MANAGEMENT SYSTEM OF A FAST FOOD RESTAURANT

Ключевые слова: брендинг, ресторан, управление брендом, клиентский опыт, маркетинговая модель, потребители, позиционирование, маркетинговые мероприятия.

Keywords: branding, restaurant, brand management, customer experience, marketing model, consumers, positioning, marketing activities.

Цель: представить теоретическую модель брендинга в системе маркетингового управления рестораном быстрого питания. **Обсуждение:** представленная в статье модель включает интеграцию различных стратегий и тактик, направленных на создание и укрепление бренда в условиях высококонкурентного рынка. Основные стратегические направления, такие как продуктовая, геомаркетинговая и покупательско-ориентированная стратегии, взаимодействуют с тактическими элементами, включая стратегии коммуникаций, рациональные и эмоциональные ценности, формирование клиентского опыта и управление взаимоотношениями с клиентами. Анализ взаимосвязей между этими элементами показывает, как их комплексное использование позволяет удовлетворять рациональные и эмоциональные потребности клиентов, что способствует увеличению их лояльности и устойчивому росту бизнеса. **Результаты:** представленная модель демонстрирует эффективный подход к брендингу и маркетинговому управлению ресторанами быстрого питания.

Purpose: to present a theoretical model of branding in the marketing management system of a fast food restaurant. **Discussion:** The model presented in the article includes the integration of various strategies and tactics aimed at creating and strengthening a brand in a highly competitive market. Core strategic pillars, such as product, geo-marketing and customer-centric strategies, interact with tactical elements, including communications strategies, rational and emotional values, customer experience and customer relationship management. Analysis of the relationships between these elements shows how their integrated use allows you to satisfy the rational and emotional needs of customers, which helps to increase their loyalty and sustainable business growth. **Results:** The presented model demonstrates an effective approach to branding and marketing management of fast food restaurants.

Электронный адрес: Marinaklet11@gmail.com

Введение

Разработка модели управления брендом для ресторанов быстрого питания является актуальной задачей в контексте современных тенденций и вызовов, с которыми сталкивается эта отрасль. С ростом глобализации и увеличением числа международных сетей ресторанов конкуренция на рынке быстрого питания усиливается. В таких условиях способность выделиться среди конкурентов становится ключевым фактором успеха. Брендинг играет центральную роль в этой задаче, т.к. он помогает создать уникальное позиционирование и укрепить связь с потребителями [5]. Современные потребители предъявляют высокие требования к брендам, ожидая не только качественных продуктов и услуг, но и уникального клиентского опыта [10]. Они становятся все более информированными и разборчивыми, что подталкивает компании к разработке более сложных и комплексных стратегий управления брендом [1]. Исследования показывают, что эмоциональная привязанность к бренду и уникальные клиентские впечатления значительно влияют на лояльность и повторные покупки. Это особенно актуально для ресторанов быстрого питания, где клиентский опыт может стать решающим фактором при выборе между многочисленными альтернативами [7,8,9]. Однако существует противоречие: с одной стороны, рестораны быстрого питания нуждаются в бренде, чтобы выделяться на насыщенном рынке, но с другой стороны, традиционный маркетинг не предусматривает создание брендов для коммодитивных продуктов. Классический маркетинг считает, что коммодитивные продукты не нуждаются в брендинге, т.к. их основное преимущество – это низкая цена и доступность [11,12]. Брендинг в сегменте быстрого питания позволяет ресторанам дифференцировать свои предложения, создавая уникальные ценности для потребителей [4,6]. Тем не менее, многие рестораны по-прежнему ориентируются на традиционные маркетинговые подходы, фокусируясь на операционной эффективности и низких ценах, что ограничивает их способность создавать эмоциональные связи с клиентами. Это противоречие подчеркивает необходимость пересмотра классических подходов к маркетингу и интеграции брендинга как неотъемлемой части стратегии управления рестораном.

Методы

Научные результаты получены с помощью следующих методов:

– библиографический – для осуществления анализа ресторанов быстрого питания, как объектов маркетингового управления, эволюции используемых ими маркетинговых стратегий, и выявления теоретических и эмпирических предпосылок для реализации полноценного брендинга в индустрии быстрого питания;

– абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция – использованы при разработке теоретической модели брендинга в системе маркетингового управления рестораном быстрого питания.

Результаты

Составив характеристику ресторанов быстрого питания (QSR), как объектов управления, систематизировав их ключевые спектры, создающие покупательскую ценность, и проследив эволюцию маркетинговых стратегий [3], мы можем утверждать, что сформировался объективный запрос на осуществление брендинга QSR, с помощью которого можно интегрировать сущность «клиентского опыта» в систему маркетингового управления для реализации полноценного позиционирования ресторанов, расширяющего возможности конкурентоспособности. Другими словами, способы формирования позитивного клиентского опыта могут выступить тем недостающим сегодня фактором, нивелирующим коммодитивность продукции ресторанов быстрого питания, ограничивающую возможности их брендинга. Для лучшей визуализации авторского подхода на рис. 1 представлена теоретическая (идеальная) модель брендинга в системе маркетингового управления рестораном быстрого питания. Предполагается, что, сохраняя результативные стратегии

(продуктовая, геомаркетинговая, ориентированная на клиента), планируемые и осуществляемые по элементам маркетинг-микс и SEMs, ресторан начнет реализовывать стратегию брендинга, важной частью которой станет коммуникационная политика продвижения в контексте маркетинга впечатлений, стимулирующая у целевых аудиторий формирование позитивных ассоциативных рациональных и эмоциональных образов через демонстрацию соответствующих ценностей, обогащающих клиентский опыт – формирующий основу позиционирования и аналитическую базу для адаптации стратегий и оперативного управления брендом (Customer relationship management, CRM).

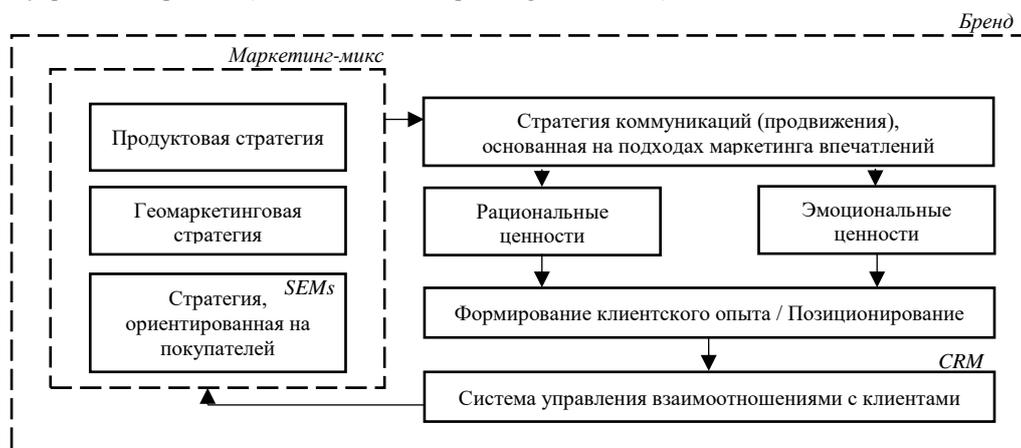


Рис. 1. Теоретическая модель брендинга в системе маркетингового управления рестораном быстрого питания

Предлагаемая модель включает следующие структурные элементы, взаимосвязи которых обеспечивают реструктуризацию маркетингового управления для выведения на первый план брендинга.

1. Стратегический уровень – планирование производства продукта (блюд в меню ресторана) и оказания услуг в рамках концепции маркетинг-микса. «Продуктовая стратегия» – направлена на разработку и постоянное совершенствование продуктового ассортимента ресторана. Она включает в себя создание новых блюд, улучшение существующих позиций и адаптацию меню под предпочтения целевой аудитории с целью лучшего удовлетворения их потребностей. Приоритетами стратегии должны оставаться ключевые рациональные потребительские запросы – размер и стоимость порций. «Геомаркетинговая стратегия» – включает анализ и использование географических данных для оптимизации размещения ресторанов, выбора целевых рынков и разработки локализованных маркетинговых кампаний. Это позволяет учитывать специфику городов присутствия, культурные особенности и предпочтения потребителей [2]. «Стратегия, ориентированная на покупателей» – предполагает системную работу по формированию необходимого клиентского опыта, согласно модели стратегических модулей экспериментального маркетинга (Strategic Experiential Modules, SEMs). Сюда также относятся сегментация аудитории, проведение маркетинговых исследований, разработка персонализированных предложений и программ лояльности.

2. Операционный уровень – реализация стратегий развития, ситуационное реагирование и формирование информационной базы для обновления стратегий. «Стратегия коммуникаций (продвижения), основанная на подходах маркетинга впечатлений» – это направление фокусируется на создании уникального покупательского опыта клиентов в процессе взаимодействия с рестораном быстрого питания. Проектируемого с помощью разнообразных рациональных и эмоциональных ценностей. «Рациональные ценности» – включают в себя такие аспекты, как качество продуктов, доступность цен, скорость обслуживания, удобство и прочее. Эти ценности обращены к логическим и практическим потребностям клиентов, подчеркивая преимущества ресторана с точки зрения рационального выбора. При практической апробации данной модели для федеральной сети ресторанов японской кухни Мама Нори, специализирующихся на суши и роллах, нами были выявлены подобные рациональные ценности, систематизированные в две группы:

- главными страхами (барьерами) при покупке блюд японской кухни являются: вероятность неудовлетворительного вкуса / низкого качества; переплата за заказ (где-то можно было купить дешевле); несоблюдение правил гигиены при производстве и доставке заказа; несоблюдение времени доставки;

- ключевые драйверы: ожидание, что заказ поможет сделать праздник лучше или улучшить эмоциональное состояние; знакомое место / блюдо для заказа; рекомендации друзей / знакомых; программа лояльности; общение бренда в социальных сетях; доступность информации о руководстве / менеджеру по качеству, к которым можно обратиться в случае нестандартных ситуаций с заказом.

«Эмоциональные ценности» – демонстрация индивидуальных нематериальных выгод совершения заказа в ресторане (решение дополнительных целей клиентов, кроме питания), в том числе осуществляемая с помощью бренд-персонажа и визуальной семиотики. Учитывают сценарии покупательского поведения, т.е. ответа на вопрос – «зачем человек делает заказ в ресторане?». В частности, нами были установлены соответствующие сценарии в формате фреймворка JTBD (Jobs to Be Done) также для ресторана японской кухни Мама Нори. Так, в частности, покупатели младше 17 лет выбирают их продукцию как атрибут праздника. И инсайт звучит следующим образом – «На дни рождения или небольшие праздники нам нужны блюда японской кухни с традиционным вкусом по невысокой цене и пускай визуальное оформление у предложения будет на самое лучшее, а бренд не самый известный, мы покупаем положительное подкрепление и атрибуты события, и не стремимся удовлетворить сложные гастрономические или эстетические запросы». А покупатели в возрасте старше 55 лет руководствуются инсайтом – «в дни рождения или для быстрой организации вечеринки с друзьями нужны разнообразные блюда японской кухни. Обязательно высокого качества и пускай порции будут не большими, зато визуально классно оформленными на сайте или в меню хорошо нам знакомого бренда». Соответственно, ресторан, ориентирующийся на эти покупательские инсайты, окажется более интересным в маркетинговых коммуникациях, так как будет предлагать точно такие же суши и роллы, как у конкурентов, но делать при этом акцент на истинные ценности покупателя. «Формирование

клиентского опыта / Позиционирование» – охватывает все процессы взаимодействия клиента с брендом. Чтобы это лучше сочеталось с продуктовой стратегией, целесообразно формализовать позиционирование, как условное общение одного человека (бренда ресторана) с другим (клиентом). При таком подходе удастся определить смысл всего общения, ожидания от него и наиболее важные точки взаимодействия, задающие положительный или отрицательный эмоциональный окрас клиентского опыта. Например, для сети ресторанов Мама Нори было сделано следующее решение для позиционирования. «Мама Нори – это федеральная сеть ресторанов японской кухни, в которых готовят большие и вкусные блюда из свежих морепродуктов, превращающие обычный обед в гастрономическое удовольствие и замечательно дополняющие любые события – от дня рождения в компании до уютного домашнего ужина перед телевизором». «Система управления взаимоотношениями с клиентами» – использование современных технологий для накопления информации о действиях клиентов, их предпочтениях и динамики изменений во времени. Этот элемент является важнейшим для долгосрочного управления брендом, т.к. позволяет своевременно реагировать на трансформацию интересов целевых аудиторий, замечать проблемы в операционной работе и устранять их.

Обсуждение

Предлагаемая теоретическая модель определяет новый подход к управлению брендом в индустрии быстрого питания. Так, например, ее полноценное внедрение в сеть ресторанов Мама Нори позволило, во-первых, определить и создать уникальные неценовые и не продуктовые конкурентные факторы, нашедшие отражение именно в бренде. Во-вторых, перепроектировать производственные цепочки и коммуникационные процессы под эти новые факторы. В результате были установлены направления для нового позиционирования в рыночных сегментах с меньшим числом конкурентов. Для практической реализации предлагаемого подхода можно использовать любые релевантные инструменты маркетинга. Мы же предлагаем использовать фреймворк, в котором будут отражаться основные элементы модели. Пример созданного фреймворка для сети ресторанов Мама Нори представлен на рис. 2.

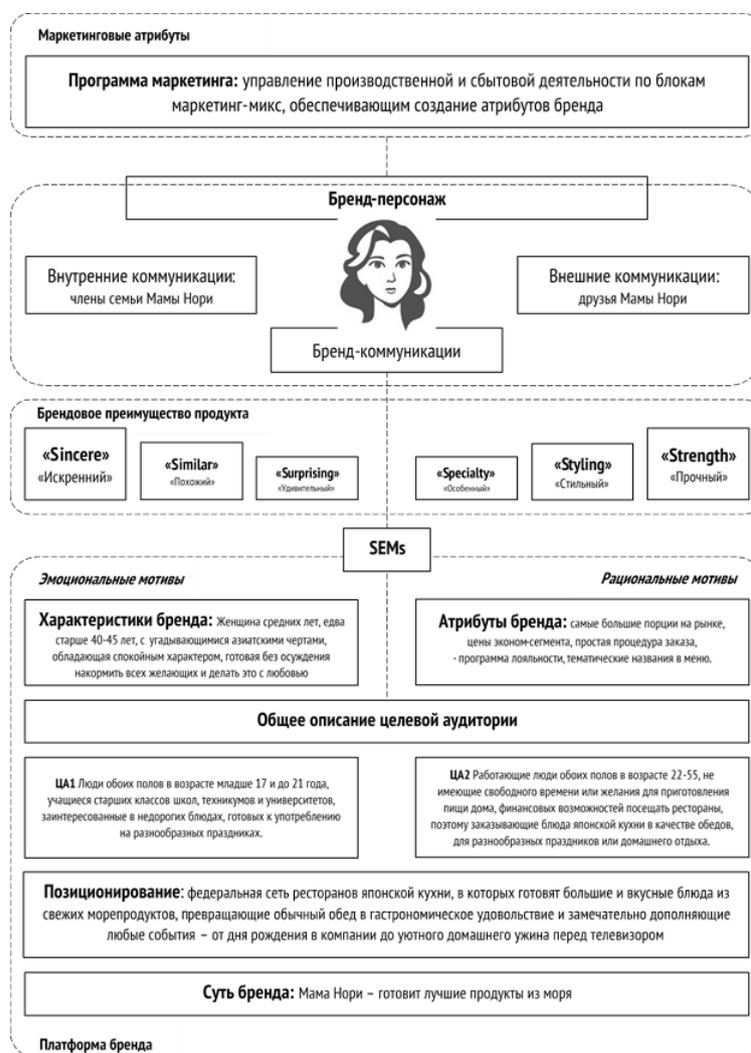


Рис. 2. Фреймворк платформы бренда ресторанов быстрого питания Мама Нори

Реализация маркетинговых мероприятий по данному фреймворку позволила обеспечить прирост выручки в первом полугодии 2024 года на 36% (предварительные данные), по сравнению с аналогичным периодом 2023 года.

Заключение

Таким образом, предложенная модель на теоретическом уровне доказывает «гипотезу о том, что брендинг не ограничивается обеспечением одной лишь узнаваемости, он может выступать концептуальной основой работы ресторана для установления эмоциональных связей и долгосрочных партнерских отношений с клиентами» [3]. В данном случае бренд

выступает системообразующим элементом управления, интегрирующим прочие маркетинговые процессы. И это решение не противоречит базовым положениям и концепциям маркетинга, однако, его прикладная реализация останется затруднительной из-за отсутствия подходов к формированию брендов ресторанов быстрого питания.

Литература

1. Ломовцева О.А. Стратегическое предпринимательство: стартап на платформе социальной ценности продукта // Вестник МГПУ. Серия: Экономика. – 2020. – № 1. – С. 47-62.
2. Тхориков Б.А. «Пространственная активность клиентов» – новый источник конкурентных преимуществ компании розничной торговли // Практический маркетинг, 2022. – № 1. – С. 3-15.
3. Тхориков Б.А. Брендинг ресторанов быстрого питания // Экономика и предпринимательство, 2024. – № 2. – С. 1391-1395.
4. Bronnenberg V., Wathieu L. Asymmetric promotion effects and brand positioning // Marketing science, 1996. – V. 15. – № 4. – P. 379-394.
5. Heding T., Knudtzen C., Bjerre M. Brand management: Mastering research, theory and practice. – Routledge, 2020. – 267 p.
6. Love J.F., Miller A.W. McDonald's: Behind the arches. – 1995.
7. Mehmetoglu M., Engen M. Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism // Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 2011. – № 4. – P. 237-255.
8. Meyer C. et al. Understanding customer experience // Harvard business review, 2007. – № 2. – P. 116-125.
9. Pine B.J., Gilmore J.H. The experience economy. – Harvard Business Press, 2011.
10. Schmitt B. Experiential marketing // Journal of marketing management, 1999. – V. 15. – № 1-3. – P. 53-67.
11. Siregar A.P. et al. The Influence of Taste and Price on Consumer Satisfaction // Quantitative Economics and Management Studies, 2022. – V. 3. – № 6. – P. 998-1007.
12. Vercammen K. et al. Understanding price incentives to upsize combination meals at large US fast-food restaurants // Public health nutrition, 2020. – V. 23. – № 2. – P. 348-355.

УДК 332.14

Е.В. Клецкова, П.И. Лукашук, Е.Н. Данилевская

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА
В РАМКАХ МЕЖУРОВНЕГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИНТЕРЕСОВ
ПРЕДПРИЯТИЙ И РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ**

E.V. Kletskova, P.I. Lukashchuk, E.N. Danilevskaya

**STATE SUPPORT OF THE REGIONAL ECONOMY WITHIN
THE FRAMEWORK OF INTERLEVEL INTERACTION
OF INTERESTS OF ENTERPRISES AND REGIONAL AUTHORITIES**

Ключевые слова: экономика региона, межуровневое взаимодействие, государственная поддержка, финансовые риски, критерии оценки, механизм оценки, регулирование средств, национальные проекты, демография, производительность труда.

Keywords: regional economy, inter-level interaction, government support, financial risks, evaluation criteria, evaluation mechanism, regulation of funds, national projects, demography, labor productivity.

Цель: рассмотреть возникающие риски при реализации государственной поддержки экономики региона в рамках межуровневого взаимодействия интересов предприятий и региональных органов власти. Обсуждение: в корпорациях, ведущих крупный бизнес, и на предприятиях малого и среднего бизнеса, которые взаимодействуют между собой по разным направлениям, возникает огромный интерес к реализации программ социально-экономического развития региона и национальных проектов, что дает возможность предприятиям провести модернизацию оборудования и внедрение цифровых технологий. Результаты: предложены рекомендации, обеспечивающие усиление межуровневого взаимодействия интересов предприятий и региональных властных структур. Региональные власти заинтересованы в том, чтобы как можно больше предприятий всех типов производств и всех отраслей принимали участие в конкурсных мероприятиях и реализовывали все заявленные проекты и программы.

Purpose: to consider emerging risks when implementing state support for the regional economy within the framework of cross-level interaction of interests of enterprises and regional authorities. Discussion: in corporations running large businesses and in small and medium-sized businesses that interact with each other in different areas, there is a huge interest in the implementation of programs for the socio-economic development of the region and national projects, which makes it possible for enterprises to modernize equipment and introduce digital technologies. Results: recommendations were proposed to ensure strengthening of cross-level interaction between the interests of enterprises and regional government structures. Regional authorities are interested in ensuring that as many enterprises of all types of production and all industries as possible take part in competitive events and implement all declared projects and programs.

Электронный адрес: kletskova_elena@mail.ru

Введение

В настоящее время региональное межуровневое взаимодействие осуществляется в рамках реализации государственной политики и государственной поддержки, охватывающих общехозяйственную систему отрасли страны. При рассмотрении всех участников, представивших отчетную документацию, в соответствии с требованиями, выставленными конкурсным комитетом, принимающим окончательное решение о выделении государственной поддержки, в первую очередь учитываются показатели специализированных направлений развития по отраслям, которые определяют развитие экономики региона. Возникает межуровневое взаимодействие на стыке интересов предприятий и местных органов власти. Растущая кооперация выходит за пределы региона, что влечет за собой решение вопросов по разработке инструментов, методов, структурных преобразований, проведению модернизации оборудования на предприятиях и переводу производственных подразделений на цифровые технологии. В регионах, где особенно развита обрабатывающая промышленность, эффективно используют инструменты государственного регулирования, к которым относится государственная поддержка. В настоящее время внедрение инновационных технологий, организация технопарков, высокоорганизованных социальных услуг, востребованных промышленных товаров отражены в социально-экономических программах развития регионов, а также в национальных проектах «Производительность труда» и «Демография».

Методы

Для реализации программ и проектов, направленных на развитие предприятий и региона, необходимо постоянно вести контроль выполнения доведенных показателей, а также формировать прогноз с учетом изменения уровня инфляции, тарифов, композитных материалов, имеющихся ресурсов в регионе с обязательным согласованием структурных производственных характеристик предприятий с региональными органами власти [3,8,12]. При определении набора конкретных показателей эффективности деятельности предприятий, работающих с государственной поддержкой и национальными проектами, необходимо учитывать существующую специфику каждого предприятия и региона, в котором находится это предприятие. К этим особенностям необходимо отнести [1,6,11]:

– доминирование федерального бюджетного финансирования как по причине объективной ситуации приоритетного значения государственного заказчика на продукцию и услуги промышленности, так и в связи с существующими проблемами в финансовом положении многих предприятий;

– закрытость первичной финансовой и технологической информации, затрудняющей получение сравнительных оценок по аналогичным методикам у основных мировых конкурентов.

Эффективность деятельности предприятий может оцениваться:

– объемами привлекаемых собственных средств предприятий, реализующих мероприятия программы социально-экономического развития региона (по своему направлению) и национальных проектов;

– результативностью и производительностью труда;

– степенью снижения бюджетных затрат на программный вариант по сравнению с альтернативным;

– требуемыми объемами бюджетного финансирования мероприятий программы социально-экономического развития региона и национальных проектов.

Сегодня при реализации мероприятий программ и проектов большие трудности возникают у малых предприятий при проведении модернизации оборудования и переводе производственного процесса на цифровые технологии, так как не хватает финансовых средств для проведения дорогостоящего переоснащения. Без государственной поддержки, выраженной посредством национальных проектов, техническое перевооружение этих предприятий может затянуться на три года. Предприятия среднего бизнеса находятся в более привилегированном положении по сравнению с малыми предприятиями, так как большинство программ и проектов рассчитаны именно на средний бизнес. Представляется уместным в контексте презентации системы государственной поддержки малого бизнеса использовать профильную вербально-графическую модель. Для этого обратимся к рис. 1 [3].

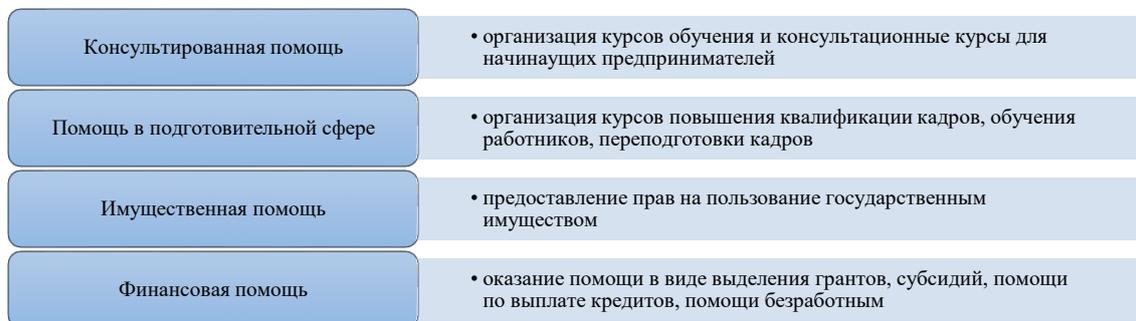


Рис. 1. Система государственной поддержки малого бизнеса в РФ

Для крупных предприятий разрабатывается более сложный механизм выделенных финансовых средств по программе социально-экономического развития региона и национальных проектов:

- учитывается траектория развития региона, в котором находится это предприятие;
- по предприятиям, ведущим крупный бизнес, региональные органы власти должны рассматривать ресурсные возможности развития в разрезе влияния их на показатели развития экономики региона;
- осуществляется постоянный контроль за выполнением стратегических федеральных, национальных проектов и программ, направленных на развитие предприятия и экономики региона [2].

Результаты

Нормативное закрепление взаимодействия государственного регулятора и предполагаемых исполнителей на всех уровнях формирования государственной программы, а также нормативного обеспечения внедрения методов и механизмов управления рисками, позволяет повысить достоверность содержания планов производства, включая требования к создаваемой продукции и программам производства [2,4,9]. Основными задачами ответственных структур, осуществляющих контроль соблюдения нормативного закрепления с взаимодействием государственного регулятора, служат:

- выполнение функций уровня руководителей управления и координации работ иерархической системы оценки реализуемости программ социально-экономического развития региона и национальных проектов;
- разработка методических материалов, определяющих критерии интегральной оценки риска реализации программ социально-экономического развития регионов и национальных проектов.

Учет представленных факторов способствует ускоренному формированию механизмов оценки выполнения всех мероприятий программ и проектов. Предлагается проводить совершенствование и доработку научно-методического аппарата мониторинга реализации мероприятий социально-экономического развития регионов и национальных проектов в следующих направлениях:

- обоснование подходов, используемых для оценки экономической реализуемости программ и проектов;
- обоснование перечня характеристик, контролируемых в интересах оценки экономической реализуемости мероприятий и проектов;
- определение критериев оценки и требований к значениям контролируемых характеристик;
- определение наиболее критичных контролируемых характеристик;
- разработка методик расчета и оценки контролируемых характеристик;
- разработка предложений по проведению процедур оценки экономической реализуемости мероприятий и проектов.

Мы предлагаем formalизовать когнитивную модель проблем государственной поддержки экономики регионов (рис. 2).

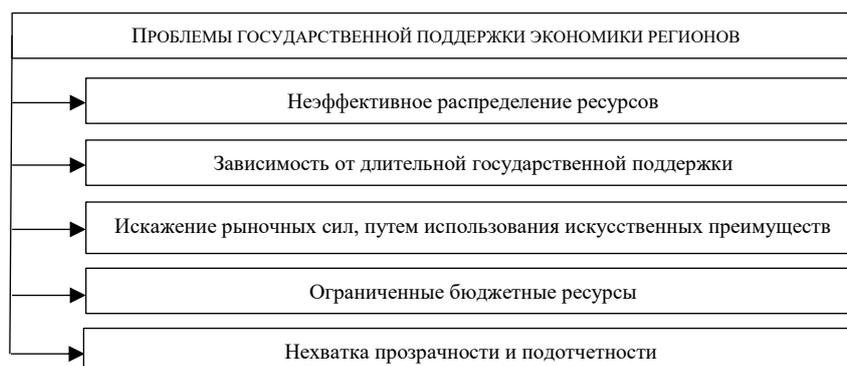


Рис. 2. Проблемы государственной поддержки экономики регионов

На основе использования методических разработок, а также существующих теоретических и практических подходов к оценке экономической реализуемости мероприятий проектов и программ возможно решить возникающие проблемы по государственной поддержке экономики регионов в рамках межуровневого взаимодействия интересов предприятий и региональных органов власти.

Обсуждение

В сложившейся практике государственная поддержка экономики регионов в рамках межуровневого взаимодействия интересов предприятий и региональных органов власти является актуальной темой сегодняшнего дня, которая рассматривается корпорациями, ведущими крупный бизнес, а также предприятиями со средним и малым бизнесом. Риски, которые существуют при реализации программ социально-экономического развития в регионе присутствуют и в корпорациях, ведущих крупный бизнес, и на предприятиях со средним и малым бизнесом. Ранее отмечалось, что риски в корпорациях возникают в значительно больших объемах по сравнению с малым и средним бизнесом [5,7,10,11,13,14]. Выполнение доведенных показателей и мероприятий позволяют решить возникающие проблемы по государственной поддержке экономики регионов в рамках межуровневого взаимодействия интересов предприятий и региональных органов власти.

Заключение

Региональные власти заинтересованы в том, чтобы как можно больше предприятий всех типов производств и всех отраслей принимали участие в конкурсных мероприятиях и реализовывали все заявленные проекты и программы.

Литература

1. Бекетова О.Н. Бизнес-планирование. – М., 2020. – 160 с.
2. Бусыгин О.В. Факторы организационного развития предприятий. Монография / С.И. Некрасов, Н.А. Некрасова, О.В. Бусыгин // М.: ИД «Академия Естествознания», 2009.
3. Воловиков Б.П. Стратегическое бизнес-планирование на промышленном предприятии с применением динамических моделей и сценарного анализа монография / Б.П. Воловиков. – М. Инфра-М, 2017. – 320 с.
4. Горбунов В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов Научно-практическое пособие. – М. Риор, 2019. – 176 с.
5. Горин Е.А. Цифровизация экономики и трансформация промышленной политики. / С.В. Кузнецов, Е.А. Горин // Инновации, 2017. – № 12. – С. 34-39.
6. Кадеева З.К. Государственная поддержка приоритетных отраслей промышленности в современных условиях // Управление устойчивым развитием, 2016. – № 4. – С. 33-37.
7. Купцова Е.В. Бизнес-планирование. – М. Юрайт, 2020. – 436 с.
8. Малюк В.И. Современные проблемы менеджмента: учебное. пособие для бакалавриата и магистратуры. – М., Издательство Юрайт, 2018. – 195 с.
9. Миллер А.Е. Современные подходы к управлению рисками технологической интеграции. / А.Е. Миллер, Л.М. Давиденко // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции «Омские научные чтения», 2017. – С. 647-650.
10. Портер М. Конкуренция [Электронный ресурс]. URL: <http://www.twifx.com/file/28265/>.
11. Степнов И.М. Интеграционная роль государственного регулирования и государственной поддержки научно-технологического развития. / Ю.А. Ковальчук, О.Б. Пичков, И.М. Степнов // Дружковский вестник, 2019. – № 4. – С. 70-83.
12. Цветков В. Модернизация российской экономики: возможности и ограничения // Проблемы теории и практики управления, 2011. – № 11. – С. 8-15.
13. Sachs J.D. Implementing the SDG Stimulus. Sustainable Development Report 2023. / Sachs J.D., Lafortune G., Fuller G., Drumm E. // Paris: SDSN, Dublin: Dublin University Press, 2023.
14. Sadorsky P. The Effect of Urbanization and Industrialization on Energy Use in Emerging Economies: Implications for Sustainable Development // The American Journal of Economics and Sociology, 2014. – № 73. – P. 392-409.

УДК 338.48

Е.В. Клецкова, Г.И. Паламарчук, Е.Г. Ершов, И.В. Оттева
**ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ КАК ДРАЙВЕР РОСТА
 РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ**

E.V. Kleckova, G.I. Palamarchuk, E.G. Ershov, I.V. Otteva
**DOMESTIC TOURISM AS A DRIVER OF REGIONAL ECONOMIC
 GROWTH IN THE CONTEXT OF A NEW REALITY**

Ключевые слова: внутренний туризм, региональная экономика, туристские потоки, сельский туризм, интеграционная модель, дестинации, стратегические возможности, природно-климатические условия.

Keywords: domestic tourism, regional economy, tourist flows, rural tourism, integration model, destinations, strategic opportunities, natural and climatic conditions.

Цель: исследовать внутренний туризм региональной экономики РФ в условиях новой реальности. Обсуждение: особое место в структуре внутреннего туризма занимает сельский туризм. Привлечение туристов в сельскую местность обеспечивает приток финансовых ресурсов и стимулирует развитие региона. Об этом пишет Н.А. Калугина с соавторами, отмечая, что среди жителей Алтайского края сегодня наблюдается тенденция к приобретению загородной недвижимости с целью возделывания земли, выращивания культурных растений, животноводства. Категории населения, не имеющие возможности покупки недвижимости, но проявляющие к такому виду отдыха интерес, по мнению автора, регулярно посещают объекты агротуризма, также данное направление интересует и гостей региона. Результаты: власти субъектов получают возможность стабилизировать ситуацию на рынке труда, привлечь инвестиции, обеспечить рост уровня зрелости социальной инфраструктуры, организации продвигают собственный бренд, происходит обмен опытом и технологиями, и даже будущие специалисты, находясь на этапе школьного обучения, в рамках профориентационной работы могут получить представления о будущей профессии и тех компаниях, с которыми через несколько лет, если будут иметь успехи в учении, смогут заключить трудовой договор.

Purpose: to explore the domestic tourism of the regional economy of the Russian Federation in the context of a new reality. Discussion: rural tourism occupies a special place in the structure of domestic tourism. Attracting tourists to the countryside provides an influx of financial resources and stimulates the development of the region. N.A. Kalugina and her co-authors write about this, noting that among the residents of the Altai Territory today there is a tendency to purchase suburban real estate for the purpose of cultivating land, growing cultivated plants, and animal husbandry. Categories of the population who do not have the opportunity to buy real estate, but who are interested in this type of recreation, according to the author, regularly visit agrotourism facilities, and this area is also of interest to guests of the region. Results: the authorities of the subjects get the opportunity to stabilize the situation on the labor market, attract investments, ensure an increase in the level of maturity of social infrastructure, organizations promote their own brand, experience and technology are exchanged, and even future specialists, being at the stage of school education, within the framework of career guidance work can get an idea of the future profession and those companies with which in a few years, if they succeed in teaching, they will be able to conclude an employment contract.

Электронный адрес: kletskova_elen@mail.ru, Eeershov@yandex.ru, 003768@pnu.edu.ru

Введение

Противоречия в мире послужили причиной интенсификации процесса развития внутреннего туризма в России. Поскольку отечественный бизнес с решимостью уже на протяжении нескольких лет принимает серьезные вызовы извне, новые условия не стали исключением. Перераспределение туристских потоков определило перспективы развития регионов, а увеличение числа отдыхающих на территории нашего государства и экономически обоснованный рост количества объектов размещения обеспечили пополнение доходной части бюджета субъектов страны.

Методы

Решению исследовательских задач способствовало применение следующих методов: анализа, синтеза, обобщения, сравнения, классификации, аналогии, абстракции, индукции, дедукции, теоретизации, мониторинга, диагностики, формализации и других.

Результаты

Не только Краснодарский край, являющийся лидером туристической индустрии России, но и многие другие территории отметили значительный рост интереса со стороны отдыхающих к природе и культурным, историческим ценностям (рис. 1). Это подтверждается рядом исследований, проведенных представителями научной среды Алтайского края, Тульского региона, Архангельской области и др. [3,5,9].

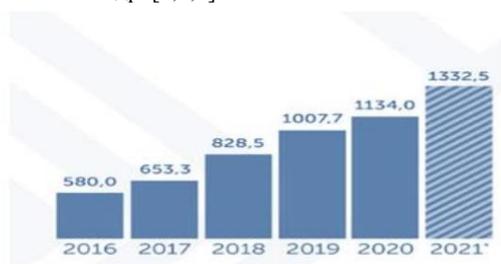


Рис. 1. Динамика туристских потоков (Тульская область), тыс. чел. [2]

Следует отметить, что Российская Федерация в отношении развития внутреннего туризма обладает неиссякаемым ресурсом, а природно-климатические условия различных регионов определяют широкий диапазон выбора, который регулярно делают планирующие отдых граждане (рис. 2).



Рис. 2. Структура перспективных направлений приключенческого туризма (I-II кв. 2023 г.), тыс. чел. [1]

Выбор направления также преимущественно зависит от целей, преследуемых туристами. Рис. 3 содержит описание актуальных видов внутреннего туризма, за укреплением позиций которых на рынке туристских услуг пристально наблюдают современные отечественные исследователи, оценивая перспективность каждого в том или ином субъекте.

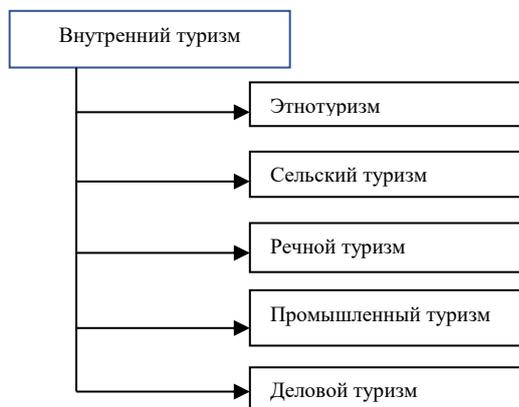


Рис. 3. Перспективные виды внутреннего туризма в регионах (составлено авторами)

Среди наиболее важных с точки зрения положительного влияния на экономику региона направлений внутреннего туризма можно выделить сельский, экологический и деловой его виды. В работе С.А. Фоминой и Д.И. Антохина описываются туристические маршруты, привлекающие гостей Алтая, желающих найти уединение с природой, отвлечься от городской суеты. Высокая степень урбанизации в России вынуждает жителей мегаполисов находить интересные направления аутентичного отдыха на территории нашей страны и по-новому смотреть на рекреационные ресурсы регионов [8,10].

Обсуждение

Особое место в структуре внутреннего туризма занимает сельский туризм. Привлечение туристов в сельскую местность обеспечивает приток финансовых ресурсов и стимулирует развитие региона. Об этом пишет Н.А. Калугина с соавторами, отмечая, что среди жителей Алтайского края сегодня наблюдается тенденция к приобретению загородной недвижимости с целью возделывания земли, выращивания культурных растений, животноводства [4]. Категории населения, не имеющие возможности покупки недвижимости, но проявляющие к такому виду отдыха интерес, по мнению автора, регулярно посещают объекты агротуризма, также данное направление интересует и гостей региона. Конечно, существует ряд проблем, препятствующих реализации программ развития туризма в сельской местности, они носят разнонаправленный характер и требуют комплексного подхода при решении.

| Преимущества (сильные стороны) | Недостатки (слабые стороны) |
|---|---|
| Высокий потенциал развития сельского туризма | Низкий уровень развития туристической инфраструктуры в сельской местности |
| Наличие культурно-исторических памятников федерального и мирового значения | Недостаток информации, рекламы, продвижения туристических услуг |
| Наличие общественных организаций, которые могут содействовать развитию туризма в сельской местности | Недостаток подготовленных кадров для сегмента сельского туризма |
| Предоставление туристам экологически чистого продовольствия местного производства | Слабая господдержка сельского туризма, недостаточное финансирование |
| Возможности | Угрозы |
| Создание дополнительных рабочих мест в сфере сельского туризма | Отсутствие законодательного закрепления понятия «сельский туризм» |
| Привлечение туристов в сельскую местность | Конкуренция с другими видами туризма |
| Рост доходов населения сельской местности и налоговых поступлений в бюджет | Снижение туристического потока из-за низкого уровня сервиса и высоких цен на услуги сельского туризма |
| Развитие предпринимательской деятельности в сфере сельского туризма | Снижение платежеспособного спроса населения из-за снижения уровня доходов |

Рис. 4. Сельский туризм в регионах: анализ перспектив развития [7]

Применив классический инструмент экономического анализа, позволяющий оценить преимущества и недостатки сельского туризма в регионах (рис. 4), М.В. Петрова пришла к выводу о том, что поддержка субъектов, оказывающих туристические услуги, обеспечит:

- рост экономической активности населения;
- снижение уровня безработицы;
- рост объемов производства безопасной для потребителя продукции;
- развитие инфраструктуры в населенных пунктах.

В связи с укреплением хозяйственных связей и деловой коммуникации на территории России отмечается также переход к новой модели использования рекреационно-туристического потенциала регионов (рис. 5).



Рис. 5. Интеграционная модель промышленного туризма [12]

Деловой туризм – направление, приобретающее все большую популярность среди представителей бизнеса России и дружественных государств. С одной стороны, деловой туризм включает оказание услуг представителям организаций, перемещающихся на территории страны с целью проведения встреч и переговоров. Конгресс-туризм может рассматриваться в данном отношении как инструмент обеспечения бизнес коммуникации между предприятиями одной или смежных отраслей, образующих, например, межотраслевые комплексы [6]. С другой стороны, к данной категории можно и отнести промышленный туризм, особенностью которого является то, что в качестве объектов выступают крупные предприятия, гости могут познакомиться с брендом, увидеть воочию как производится продукция и оценить преимущества использования той или иной технологии (рис. 6).



Рис. 6. Промышленный туризм в субъектах РФ [11]

Нет никаких сомнений, что различные виды делового туризма, развитие которых обеспечивается поддержкой со стороны государства, влияют со знаком «плюс» на социально-экономическое положение регионов, вовлекая большинство участников экономических отношений.

Заключение

Так, власти субъектов получают возможность стабилизировать ситуацию на рынке труда, привлечь инвестиции, обеспечить рост уровня зрелости социальной инфраструктуры, организации продвигают собственный бренд, происходит обмен опытом и технологиями, и даже будущие специалисты, находясь на этапе школьного обучения, в рамках профориентационной работы могут получить представления о будущей профессии и тех компаниях, с которыми через несколько лет, если будут иметь успехи в учении, смогут заключить трудовой договор.

Литература

1. Альмухамедова О.А. Устойчивое развитие природных территорий в контексте креативного туризма // Сервис в России и за рубежом, 2023. – № 5. – С. 96–104.
2. Журавлева З.С. Расчет совокупного дохода от туризма и оценка его доли в экономике тульского региона // Московский экономический журнал, 2021. – № 12.

3. Журавлева З.С., Сабина А.Л. Анализ внутреннего туризма и расчет прямого дохода от деятельности организаций туристской индустрии Тульского региона // Московский экономический журнал, 2021. – № 5.
4. Калугина Н.А., Молдажанов М.Б., Пуричи В.В. Сельский туризм как фактор оздоровления экономики села региона // Экономика Профессия Бизнес, 2020. – № 2.
5. Лутошкина А.К. Региональный туризм: экономико-правовой аспект // Журнал прикладных исследований, 2022. – № 5.
6. Нюренбергер Л.Б., Севрюков И.Ю., Петренко Н. Е. Конгресс-туризм как драйвер роста региональных и национальных экономик // Инновации и инвестиции, 2020. – № 5.
7. Петрова М.В. Тенденции развития сельского туризма в России и в Алтайском крае // Экономика и бизнес: теория и практика, 2020. №4-3.
8. Серебрякова Н.А., Дорохова Н.В. Экологический туризм как перспективное направление диверсификации региональной экономики // РСЭУ, 2021. – № 1.
9. Соколова Е.С., Сидоровская Т.В., Воловик О.А. Использование туристского потенциала Архангельской области в условиях новой реальности // Россия: тенденции и перспективы развития, 2022. – № 17-1.
10. Фомина С.А., Анохин Д.И. Анализ состояния и перспективы развития туристических маршрутов в рамках развития экологического туризма Алтайского края // Концепт, 2022. – № 8.
11. Чхотуа И.З., Власюк Л.И. Стратегический анализ конкурентных преимуществ региона в контексте развития промышленного туризма // Стратегирование: теория и практика, 2021. – № 2.
12. Чхотуа И.З., Власюк Л.И., Задорожная Г.В. Развитие промышленного туризма в регионах России: стратегический анализ // ЭВР, 2021. – № 4.
13. European Wind Energy Association, Forum for Energy and Development, and Greenpeace International [Электронный ресурс]. URL: <http://www.greenpeace.org.au>.
14. Roos J., Pike S., Fernstrom L. Management intellectual capital in practice // Saint Petersburg: Vysshaya shkola menedzhmenta; ID SPb un-ta, 2007 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19870748>.

УДК 331.108

В.О. Конкин, А.А. Коваленко, М.А. Дроздова

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ
ПЕДАГОГИЧЕСКИХ СОТРУДНИКОВ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ВУЗОВ:
УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ**

V.O. Konkin, A.A. Kovalenko, M.A. Drozdova

**COMPARATIVE ANALYSIS OF THE SYSTEM OF MOTIVATION
OF TEACHING STAFF OF RUSSIAN AND FOREIGN UNIVERSITIES:
MANAGERIAL AND MARKETING ASPECTS**

Ключевые слова: преподаватель, высшее образование, трудовая мотивация, маркетинг персонала, управление трудом, высшая школа, кадровый потенциал, кадровое обеспечение, материальное стимулирование, оценка персонала.

Keywords: teacher, higher education, work motivation, personnel marketing, labor management, higher school, human resources potential, staffing, material incentives, personnel assessment.

Цель: в статье проводится анализ систем и способов стимулирования сотрудников образовательных учреждений к качественному трудовому процессу в Российской Федерации, а также осуществлено сравнение с ситуацией по этому вопросу в зарубежных учебных заведениях. Обсуждение: в процессе исследования выявлены проблемные точки в кадровой политике российских ВУЗов. Наличие тесных каузальных связей между рассмотренными проблемами требует комплексного подхода к их решению. Качественное развитие национальной системы высшего образования и оптимизация ее кадрового обеспечения возможны лишь в случае согласованности между стратегическими целями государственной образовательной политики и кадровой политики высших учебных заведений, а также их совместной направленности на поиск и принятие оптимальных решений. Результаты: разработаны рекомендации, усиливающие мотивацию ППС отечественных вузов.

Purpose: the article analyzes the systems and methods of stimulating employees of educational institutions for a high-quality labor process in the Russian Federation, and also makes a comparison with the situation on this issue in foreign educational institutions. Discussion: during the research, problem areas were identified in the personnel policy of Russian universities. The presence of close causal connections between the problems considered requires an integrated approach to solving them. Qualitative development of the national higher education system and optimization of its staffing are possible only if there is consistency between the strategic goals of the state educational policy and the personnel policy of higher educational institutions, as well as their joint focus on finding and making optimal decisions. Results: recommendations have been developed to enhance the motivation of teaching staff at domestic universities.

Электронный адрес: konkin009@mail.ru, kleinne@mail.ru, drozdova@pgups.ru

Введение

В разных странах в системе высшего образования применяются отличные друг от друга подходы к мотивации преподавателей и оценке эффективности их деятельности [8]. Основным опорным способом остается материальный, то есть оплата труда. В настоящее время самая высокая оплата труда представителя научно-образовательного сектора характерна для Канады, на втором месте находится США, потом Австралия, далее Великобритания. Высокие заработные платы также у преподавателей, профессоров в Италии [3].

Методы

Среднюю заработную плату данной категории сотрудников в России оценивают в диапазоне 620 долл. в месяц, что равно примерно 7,5 тыс. долл. в год. Росстат дает оценку относительно средней заработной платы преподавателя в России в 2023 году размере 108 тыс. р. в месяц, однако для регионов данный показатель не отражает реальной картины (рис. 1).

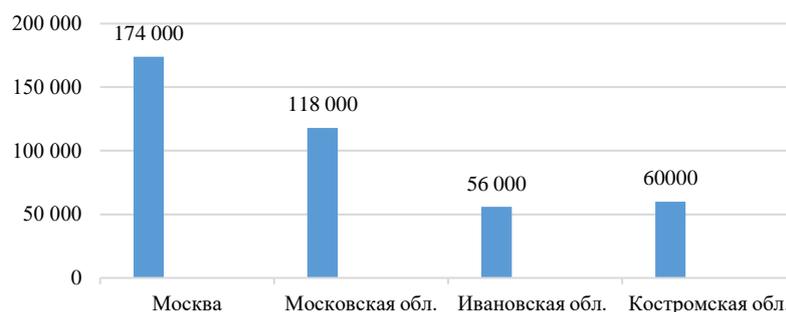


Рис. 1. Статистические данные о размере заработной платы педагогов российских вузов в 2023 году, р. [6]

По уровню материального стимулирования преподавателей к продуктивному труду отечественная научно-образовательная система уступает ряду других государств. Это приводит к снижению престижа профессии преподавателя, провоцируя дефицит численности кадров в высшей школе (рис. 2). В вузах Европы для оценки деятельности преподавателя опираются на результаты внешних и внутренних экспертиз. С одной стороны, процедуры оценки стандартизированы, поскольку в них есть формальная, подлежащая заполнению отчетность, с другой стороны, – есть место субъективизму. Основные критерии для проведения валидации в университетах Европы: количество научных публикаций, ученая степень и стаж работы; ориентация на улучшение качества условий работы; перспективы научной деятельности; профессиональный/личностный рост. В данных метриках присутствуют субъективные критерии, которые руководитель может трактовать неоднозначно.

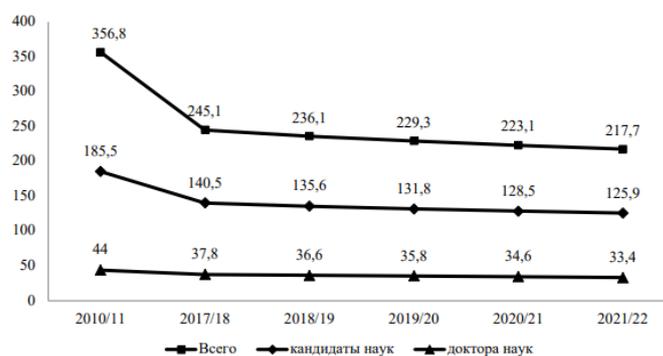


Рис. 2. Динамика численности профессорско-преподавательского состава в российских вузах, тыс. чел. [6]

Четко оценить можно стаж и ученую степень, а также количество научных работ, можно оценить нацеленность на профессиональный и личный рост, например, по количеству и частоте получения дополнительных компетенций в рамках повышения квалификации и участия в профессиональных конкурсах и премиях. Проблематично объективно осуществить оценку ориентации на улучшение трудовой деятельности/условий труда у сотрудника. Общая достаточно высокая материальная мотивация в академической среде во многом нивелирует данные условные недостатки системы оценки эффективности научно-педагогических кадров. В ряде европейских вузов приоритет смещен в сторону научно-исследовательской деятельности, а показатели, связанные с образовательным процессом, не включаются в метрики для оценки эффективности.

Результаты

В России, ввиду стоящих перед университетами масштабных задач, связанных с подготовкой кадров, востребованных рынком труда, причем, с уровнем компетенций, необходимых для участия в реализации технологических, инновационных проектов, достижения технологического суверенитета и лидерства, а также участия в самостоятельной активной научно-исследовательской деятельности, проблематика удержания и привлечения сотрудников, уровень их вовлеченности, также являются чрезвычайно значимыми. В университетах РФ сегодня введены системы рейтинговой оценки работы преподавателей. Основной вопрос сводится к выбору методически верной модели оценки эффективности работы каждого конкретного сотрудника и четкого понимания им того, за что его и его коллег стимулируют, а также на что конкретно он может рассчитывать в плане профессионального роста, построения карьеры и материального вознаграждения. Поясним, что в большинстве российских вузов в регионах страны в части рейтинговой оценки перечисляются все основные сферы деятельности преподавателя, такие как: образовательная, научно-исследовательская, имиджевая или социальная, а также волонтерская и воспитательная. Мы полагаем, что возможно, данным вузам следует концентрироваться на стимулировании преподавателей в тех сферах, которые являются основными в программе развития университета, заложены в его целевой модели. Данный подход порождает ряд определенных проблем, которые оказывают влияние на смежные сферы деятельности и коррелируются с экономическими процессами (рис. 3)

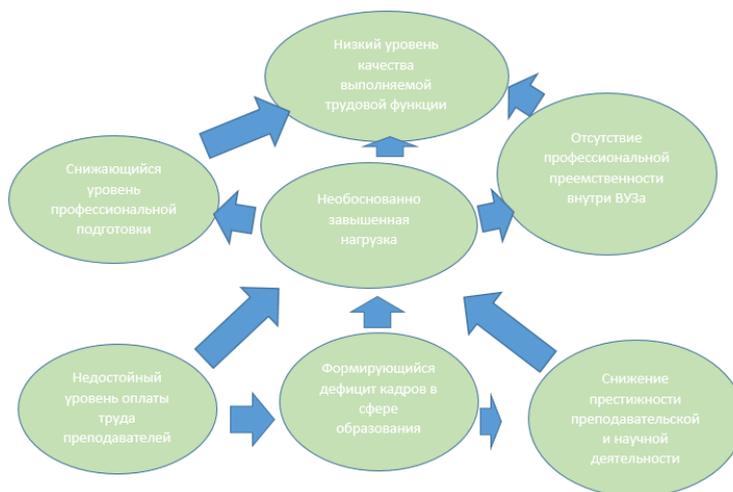


Рис. 3. Проблематика системы кадрового обеспечения системы высшего образования РФ

Обсуждение

Наличие тесных каузальных связей между рассмотренными проблемами требует комплексного подхода к их решению. Качественное развитие национальной системы высшего образования и, в частности, оптимизация ее кадрового обеспечения возможны лишь в случае согласованности между стратегическими целями государственной образовательной политики и кадровой политики высших учебных заведений, а также их совместной направленности на поиск и принятие оптимальных решений. М.Н. Генова предлагает разрешение вопросов кадрового обеспечения образовательной сферы за счет создания культурно-образовательных кластеров. Для успешного функционирования основных центров (направлений) работы культурно-образовательного кластера в условиях санкций и для более полного удовлетворения культурных и

образовательных потребностей важно работать с кадрами культуры и образования, включая усовершенствование системы обучения, реализацию разработанных принципов управления, усовершенствование системы оценки персонала, стимулирование персонала, формирование трудовой карьеры, разработку программ адаптации специалистов, кластеризацию социокультурного саморазвития личности. Все вышеперечисленные проблемы могут быть решены в условиях разработки и внедрения маркетинга персонала, элементы которого, прежде всего, связаны с внутренней средой культурно-образовательного кластера и совершенствованием управления кластерного подхода в сфере культуры и образования [4].

Заключение

Итак, именно маркетинг персонала представляет сегодня востребованное направление в выборе подхода к определению метрик оценки эффективности сотрудников университетов для выстраивания на этой основе системы мотивации их к продуктивному труду, приводящему к решению вузом необходимых задач. Таким образом, перечисленные проблемы с кадрами, сложившиеся в российской образовательной сфере, указывают на то, что на сегодняшний день преподаватели перегружены задачами напрямую не сопрягающиеся с образовательным процессом и не оплачивающиеся на достойном уровне, что способствует профессиональному выгоранию и потере интереса к своей трудовой функции.

Литература

1. Астахин А.С. Маркетинг персонала: исследование опыта зарубежных университетов в стимулировании сотрудников // Практический маркетинг, 2024. – № 3. – С. 9-12.
2. Богатырева И.В., Динукова О.А. Пути оптимизации оплаты труда преподавателей высших учебных заведений в современных экономических условиях // Экономика труда, 2021. – № 2. – С. 143–158.
3. Воронина А.А. Условия труда научно-педагогических работников в трансформационных процессах высшего образования // Кадровик, 2020. – № 4. – С. 47–52.
4. Генова Н.М., Камнев А.В., Стебляк В.В. Формирование модели культурно-образовательного кластера в условиях инновационной деятельности: маркетинговые аспекты // Научный журнал «Современное педагогическое образование», 2022. – № 10. – С. 14–18.
5. Гуцу Е.Г., Чилипенко Ю.Ю. Модель внутрикафедрального управления мотивацией преподавателя вуза // Высшее образование в России, 2018. – № 12. – С. 69–78.
6. Дозорцев О.Е., Старокожева В.П. Оплата труда работников научной сферы // Экономика труда, 2021. – № 8. – С. 865–880.
7. Жалагина Т.А., Виноградов К.С. Мотивация профессиональной деятельности и ценностные ориентации личности как факторы успешности профессиональной деятельности педагога // Вестник Тверского государственного университета. Сер.: Педагогика и психология. – 2021. – № 2. – С. 66–75.
8. Сколько зарабатывают ученые в разных странах мира [Электронный ресурс]. URL: https://dzen.ru/a/XhgM4V_VXwCuOCMP.
9. Средняя заработная плата преподавателей образовательных организаций высшего профессионального образования государственной и муниципальной форм собственности по субъектам Российской Федерации за январь-март 2023 года [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/01/23/05.xlsx>.
10. Рубцов Ф.С. Проблемы кадрового обеспечения российской системы высшего образования // Российский научный журнал «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований», 2023. – № 3. – С. 70–77.
11. Bettencourt L., Gwinner K.P., Meuter M.L. A comparison of attitude, personality, and knowledge predictors of service-oriented organizational citizenship behaviors // Journal of Applied Psychology, 2021. – V. 86. – № 1. – P. 29–41.
12. Ulrich D., Brockbank W. The HR value proposition. – Boston, MA: Harvard Business School Press, 2015. – 336 p.

УДК 339.138

В.О. Конкин, А.Р. Муратова

**РАЗРАБОТКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТРЕБОВАНИЙ К СОТРУДНИКАМ
И ПЛАНИРОВАНИЕ РАСХОДОВ НА ТРУДОВОЙ КОЛЛЕКТИВ
КАК РЕАЛИЗАЦИЯ ЗАДАЧ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА**

V.O. Konkin, A.R. Muratova

**DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL REQUIREMENTS FOR EMPLOYEES
AND PLANNING OF LABOR COSTS AS A MEANS
OF IMPLEMENTING PERSONNEL MARKETING TASKS**

Ключевые слова: маркетинг персонала, должностные обязанности, рабочее место, трудовая функция, соискатель, профессиональные требования, сотрудники, инструменты маркетинга.

Keywords: personnel marketing, job responsibilities, workplace, labor function, applicant, professional requirements, employees, marketing tools.

Цель: провести разработку профессиональных требований к сотрудникам и планирование расходов на трудовой коллектив как одну из задач реализации маркетинга персонала. Обсуждение: в статье рассматривается реализация одной из задач маркетинга персонала, такой как разработка должностных обязанностей. Ведь от качественно сформулированных поставленных задач перед сотрудником зависит результативность их выполнения. Результаты: для решения сложившихся проблем при привлечении и приеме на работу соискателей, необходимо применить инструменты внутреннего маркетинга персонала: проанализировать должностные обязанности, разработать должностную инструкцию, выявить основные требования к профессиональным и личностным характеристикам кандидата и применять их на стадии отбора и дальнейшей стадии приема на работу сотрудника. Стоит отметить, что для привлечения необходимых кандидатов на работу, должно быть четкое понимание тех критериев, которым они должны соответствовать.

Purpose: to develop professional requirements for employees and plan labor costs as one of the tasks of implementing personnel marketing. Discussion: the article discusses the implementation of one of the tasks of personnel marketing, such as the development of job responsibilities. After all, the effectiveness of their implementation depends on the qualitatively formulated tasks assigned to the employee. Results: to solve existing problems when attracting and hiring applicants, it is necessary to apply internal personnel marketing tools: analyze job responsibilities, develop a job description, identify the basic requirements for the professional and personal characteristics of the candidate and apply them at the selection stage and the further stage of hiring employee. It is worth noting that in order to attract the necessary candidates for a job, there must be a clear understanding of the criteria that they must meet.

Электронный адрес: konkin009@mail.ru, muratova.adeliya@mail.ru

Введение

Каждой компании, которая хочет найти и укомплектовать свой штат сотрудников, необходимо выявить какие конкретно должности вакантны и требуют найма нового сотрудника. Для того чтобы организовать поиск соискателей необходимо провести диагностику рабочего места (штатной ставки), проанализировать перечень выполняемых функций (должностной инструкции), личных характеристик, которыми должен обладать потенциальный работник, опорных условий трудового договора. Прояснение по описанным выше критериям содержится в локальном документе, который называется описание штатной должности и включает:

- характеристику трудовой функции, выполняемой сотрудником должности;
- нахождение в структуре штатных должностей;
- организационные особенности осуществления функционала должности.

Методы

Формирование документа с описанием должностных обязанностей имеет важное значение как для работодателя, так и для работника, так как появляется понимание у каждого участника трудовых отношений о рабочих задачах, требованиях к лицу, занимаемому эту должность, полномочиях, подчиненных сотрудника, коммуникационных связях. Этапность реализации процесса разработки документа об определенной должности представляет собой последовательность шагов, содержащих в себе обыденные действия со стороны работодателя (рис. 1).

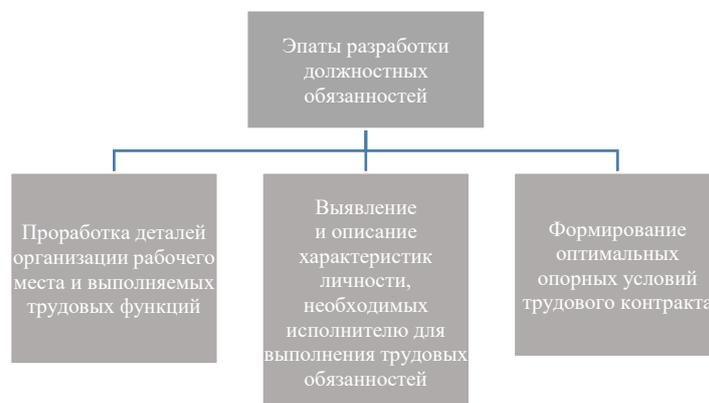


Рис. 1. Этапность реализации процесса разработки должностных обязанностей

Результаты

Первый этап заключается в проведении комплексного анализа рабочего места и его существенных элементов, входящих в основу реализации трудовой функции выбранной должности, таких как: методы осуществления должностных задач, выявление и исследование необходимых качеств сотрудника, необходимых для реализации должностных обязанностей. Выбор метода проведения анализа рабочего места зависит от области применения полученных в его результате данных. Разность методов сбора информации для конкурса соискателей или выявления потребностей действующих сотрудников, или оценки проведенной работы существенна. Хотя алгоритм действий выверен и стандартизирован [3,11].

На сегодняшний момент применяются три основных проверенных метода:

- наблюдение;
- собеседование;
- анкетирование.

Каждый метод может применяться самостоятельно, либо же в комбинированном формате. Первоначально происходит описание рабочей функции сотрудника, которую он выполняет самостоятельно, затем при необходимости в числе командной работы. Далее происходит детальное описание элементов или частей этой трудовой обязанности. Стоит отметить, что описание особенностей характера работы, специфика профессии, характеристика специалиста содержатся в отдельном документе – профессиограмме (рис. 2). Как мы видим, процесс анализа рабочего места довольно длительный и трудоемкий. В большинстве крупных компаний на проведение такого рода работы выделяются специальные сотрудники из отдела кадров. В их задачу входит проведение различных видов исследований в области кадрового обеспечения. Небольшие организации иногда не могут назначить специального сотрудника для осуществления анализа рабочих мест, поэтому эту функцию в них выполняют представители кадровых отделов.



Рис. 2. Содержание профессиограммы сотрудника

В процессе реализации анализа рабочих мест сотрудники кадровых отделов сталкиваются с рядом проблемных областей [5,8]:

- отсутствие навыка описания выполняемых трудовых функций со стороны опрашиваемых работников;
- отсутствие достаточного количества времени для проведения и завершения процесса анализа в связи с тем, что проведение этого процесса, как правило, происходит в результате срочной необходимости;
- отсутствие заинтересованности и поддержки от представителей топ-менеджмента;
- возложение этого трудоемкого процесса на одно ответственное лицо, а в реальности требуется вовлеченность и участие всего коллектива;
- как правило проводится исследование реально выполняемых трудовых действий сотрудника, а не его должностных обязанностей, обозначенных в локальных актах; такая ситуация приводит к недостоверности проводимого анализа;
- сообщение респондентами недостоверных данных;
- проведение опроса и последующего описания в общих чертах, без детализации и уточнения.

Полученные данные в процессе анализа выступают центральной идеей разработки локального нормативного документа, который регламентирует работу каждого сотрудника организации [10]. Должностная инструкция – это организационно-правовой документ, в котором определяется место работника в системе управления организацией, а также закрепляются основные функции, обязанности, права и ответственность работника при осуществлении им деятельности в определенной должности (рис. 3). Должность – установленная в определенном порядке первичная структурная единица (рабочее или служебное место) штатного расписания организации, определяющая содержание и объем служебных обязанностей и ответственности, а также размер денежного содержания. Должностные обязанности – это основные требования, предъявляемые к работнику в отношении специальных знаний: законодательных актов, нормативных документов, методов и средств, которые сотрудник должен уметь применять при выполнении возложенных на него обязанностей. Помимо традиционного формата описания рабочего места в современных компаниях активно внедряются функциональные матрицы описания деятельности работников. Осуществление этого метода основано на принципах «5D матриц» (Do – выполнять функцию; Delegate – делегировать; Duplicate – тиражировать; Divide – разделить; Decompose – декомпозировать). Применение анализа данного формата выглядит в форме таблицы. Она позволяет составить полную информацию о должности и эффективности работы выбранных сотрудников на рабочем месте. Функциональная матрица

позволяет дать понимание о степени выполнения участия сотрудника на определенной должности как в коллективной работе, так и индивидуальной: насколько его функции дублируются и пересекаются с функциями другого сотрудника, соответствует ли сотрудник выполняемым трудовым функциям и др.



Рис. 3. Оптимальный состав пунктов локального нормативного акта о трудовом функционале определенной должности

По итогам анализа, проведенного с помощью функциональной матрицы можно сформировать рекомендации по корректировке распределения должностных полномочий среди членов трудового коллектива или среди его структурного подразделения. Таким образом, путем внедрения функциональных матриц можно четко расписать различные виды профессиональных компетенций, такие как: знания, навыки, уровень квалификации, понимание своих обязанностей и прав, полномочия и др. Таким образом, мы можем сделать вывод, что грамотно разработанные должностные инструкции к каждому рабочему месту позволят оптимизировать процесс подбора и приема на работу сотрудников, в связи с тем, что сократятся затраты материальных и временных ресурсов на рекламные компании, проведение собеседований, проверку и оценке соискателей. Это позволит выбрать именно того кандидата на должность, который сможет быть максимально полезен компании, что является одной из целей преследуемой маркетингом персонала [4,12].

Второй этап заключается в формировании перечня характеристик потенциального сотрудника, необходимых для выполнения должностных обязанностей, так называемого делового портрета исполнителя. Стоит отметить, чем четче работодатель понимает какого сотрудника он хочет видеть на рабочем месте, тем эффективнее и быстрее сработает отдел по подбору кадров. Понимание этих критериев можно получать в результате тщательно проведенного анализа. В стандарт требований к кандидату входят и общие данные: возраст, пол, деловые качества, образование, психофизические характеристики, мотивация, обучаемость, общие показатели здоровья и др. Требования к должности должны давать следующую информацию:

- общая информация о должности, обязанностях, профессиональной квалификации, обладание специальными навыками и методиками работы и тд;
- основные результаты от выполнения трудовой функции на этой должности, которые компания будет требовать от сотрудника; распорядок и описание трудовой рабочей недели;
- обозначение структурной иерархии должности (кто вышестоящее должностное лицо, кто подчиняется рассматриваемой должности), какое количество выездов и командировок предполагается;
- карьерные возможности продвижения на этой должности, наличие обучений и освоения новых технических средств для возможности осуществления трудовой функции;
- характеристика корпоративной культуры компании (стиль управления, миссия компании, задачи отдела, трудовые обычаи, информация о типичных проблемах, с которыми сталкивались предыдущие сотрудники на этой должности);
- действующая в компании система льгот, вознаграждений, премирования, доплат, корпоративное социальное обеспечение;
- данные о причине возникновения вакансии и др.

Третий этап составляет определение и утверждение оптимальных условий трудового контакта относительно выбранной должности:

- условия для выполнения трудовой функции;
- описание трудовой деятельности, соответствующее реальности;
- уровень оплаты выполняемой трудовой функции;
- предлагаемый комплекс социального обеспечения;
- перечень рабочего времени;
- предлагаемая возможность карьерного роста в рамках работодателя.

Обсуждение

Таким образом, четко и детально разработанные должностные обязанности и профессиональные требования к соискателю дают возможность и работодателю понимать какой конкретно соискатель подойдет для принятия на работу на выбранную должность, так и потенциальным кандидатам будет быстрее понять, сможет ли удовлетворить запрос работодателя, сможет ли он соответствовать четко выстроенной системе требований. Результаты проведенного процесса разработки должностных обязанностей оказывают прямое влияние на планирование расходов на осуществление ряда аспектов внутреннего маркетинга персонала:

- подбор и найм персонала;
- создание имиджа компании и привлечение высококвалифицированных специалистов;
- формирование плана и графика по обучению и повышению квалификации действующих сотрудников;
- финансирование систем мотивации сотрудников и др.

В современных условиях экономических и политических турбулентностей каждый руководитель компаний подходит к таким тратам более внимательно и взвешено, тщательно планируя расходы [1,7]. Расходы на персонал – это показатель, который применяется во всех странах с развитой экономикой. В данный показатель включаются все траты компании на применение человеческих трудовых ресурсов:

- оплата трудовой деятельности;
- стимулирующие выплаты;
- организация выплат по различным видам социального страхования, в том числе корпоративного;
- финансирование социального сектора;
- обеспечение сотрудникам возможности повышения квалификации;
- обеспечение оплаты по обязательствам акционеров-сотрудников на льготных условиях и др.

Самой масштабной статьёй расходов организации является выплата заработной платы сотрудников. Следовательно, отправной точкой планирования расходов компании является именно эта статья. Повышение уровня зарплат сотрудников или оставление их на прежнем уровне остается важным аспектом, так как именно этот фактор оказывает влияние на привлечение специалистов высокого класса для работы в компании, а также это способ мотивации к более качественному трудовому результату действующих сотрудников. Необходим регулярный мониторинг уровня оплаты труда у сотрудников конкурентов, для принятия важных управленческих решений относительно зарплаты своих кадров и не допустить их переход к компаниям-конкурентам. Персонал, т.е. «рабочая сила» будет неуклонно дорожать в условиях рынка, поэтому планирование этих расходов приобретает особую значимость.

Заключение

Таким образом, стоит отметить для того, чтобы привлечь в организацию именно тех кандидатов на работу, в которых есть потребность, должно быть четкое понимание о тех критериях, которым они должны соответствовать. С первого взгляда, это достаточно очевидно и понятно, но на практике работодатели совершают ошибки при приеме на работу кандидата, который совершенно не соответствует потребностям организаций, в связи с тем, что нет четкой формулировки требований к соискателю. Для решения сложившихся проблем при привлечении и приеме на работу соискателей, необходимо применить инструменты внутреннего маркетинга персонала: проанализировать должностные обязанности, разработать должностную инструкцию, выявить основные требования к профессиональным и личностным характеристикам кандидата и применять их на стадии отбора и дальнейшей стадии приема на работу сотрудника.

Литература

1. Бондаренко В.А. Основные тенденции покупательского поведения: закономерности и противоречия, общие тренды и российские особенности // Практический маркетинг, 2023. – № 10. – С. 16-22.
2. Глумова Я.Г. Маркетинговое обеспечение образовательного туризма в системе маркетинга рынков услуг / Я.Г. Глумова, И.А. Шумакова // Практический маркетинг, 2023. – № 12. – С. 20-25.
3. Золотова Е.В. Анализ профессиональных компетенций работников предпринимательских структур на основе функциональных матриц // Сборник материалов Международной научно-практической конференции «Формирование профессиональной компетентности в процессе управления человеческими ресурсами». М.: ИД «АТИСО», 2014. – С. 115.
4. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. – 4-е изд., доп. и перераб. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 695 с.
5. Масалова Ю.А. Маркетинг персонала: учебное пособие для среднего профессионального образования / Ю.А. Масалова. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 321 с.
6. Михалев А.М. Факторы влияния на поведение потребителей и их учет в разрезе теории поколений // Практический маркетинг, 2023. – № 9. – С. 3-10.
7. Мищенко Т.Л. Маркетинг персонала как инструмент развития компании // Финансовые рынки и банки, 2022. – № 7.
8. Сайед Р.М. Трансформация предпочтений потребителей в розничной торговле под влиянием цифровых технологий // Практический маркетинг, 2024. – № 1. – С. 38-44.
9. Чернышева А.М. Изменение модели потребительского поведения в контексте санкций / А.М. Чернышева, Е.А. Дегтерева, А.М. Зобов // Практический маркетинг, 2023. – № 12. – С. 58-63.
10. Шапиро С.А. Маркетинг персонала: учебное пособие / С.А. Шапиро, Е.К. Самраилова, Н.А. Говорова. – Москва: КНОРУС, 2018. – 228 с.
11. Bowen J.P., Filippini-Fantoni S. Personalization and the web from a museum perspective // Museums and the Web 2004: Selected Papers from an International Conference, Arlington, Virginia, USA, March 31 – April 3, 2004. – V. 4. Archives & Museum Informatics. – Toronto, Canada, 2004. – P. 63-78.
12. Ladd J. The quest for a code of professional ethics: an intellectual and moral confusion // Ethical Issues in the Use of Computers / ed. by D. Johnson, J. Snapper. – Belmont, CA: Wadsworth Publ. Co., 1985. – P. 8-13.

УДК 338.45

В.В. Краюшкина

ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ МАШИНОСТРОЕНИЯ В РЕГИОНАХ РОССИИ КАК ЗНАЧИМЫЕ ФАКТОРЫ ПРИ ЕГО СТРАТЕГИРОВАНИИ

V.V. Krayushkina

PATTERNS OF DEVELOPMENT OF MECHANICAL ENGINEERING IN THE REGIONS OF RUSSIA AS SIGNIFICANT FACTORS IN ITS STRATEGIZING

Ключевые слова: машиностроение, Россия, регионы, методология, стратегирование, цифровизация, устойчивое развитие, концентрация производства.

Keywords: mechanical engineering, Russia, regions, methodology, strategizing, digitalization, sustainable development, concentration of production.

Цель: выявление на основе принципов методологии академика В.Л. Квинта региональных факторов, необходимых для учета при стратегировании российского машиностроения. Обсуждение: машиностроение является ядром обрабатывающей промышленности, его развитие довольно сильно связано с общим развитием данной отрасли. При этом основные машиностроительные мощности сконцентрированы в относительно немногих регионах. Результаты: показано, что превалирование его в экономике региона не дает существенного роста уровня экономики в целом (что, очевидно, не касается ремонта машин), однако, требует повышенного уровня развития регионального научно-инновационного комплекса. Повышенный спрос на рабочую силу в текущий период вызывает некоторое стремление ее «машиностроительных» регионов, однако, это выражено весьма относительно и требует дополнительного анализа. Выявленные закономерности подчеркивают трудности стратегирования машиностроения в России с учетом важности региональных особенностей и ограничений, накладываемых на данный процесс.

Purpose: identification based on the principles of the methodology of Academician V.L. Kvint of regional factors necessary to take into account when strategizing Russian mechanical engineering. Discussion: Mechanical engineering is the core of the manufacturing industry, its development is quite strongly connected with the general development of this industry. At the same time, the main machine-building capacities are concentrated in relatively few regions. Results: It is shown that its prevalence in the regional economy does not provide a significant increase in the level of the economy as a whole (which, obviously, does not apply to machine repairs), however, it requires an increased level of development of the regional scientific and innovation complex. The increased demand for labor in the current period causes some desire for it in the “machine-building” regions of the country, however, it is expressed very relatively and requires additional analysis. The identified patterns highlight the difficulties of strategizing mechanical engineering in Russia, taking into account the importance of regional characteristics and restrictions imposed on this process.

Электронный адрес: krayushkinavv@gmail.com

Введение

Машиностроение является ядром обрабатывающей промышленности, его развитие довольно сильно связано с общим развитием данной отрасли. При этом основные машиностроительные мощности сконцентрированы в относительно немногих регионах. Вместе с тем, превалирование его в экономике региона не дает существенного роста уровня экономики в целом (что, очевидно, не касается ремонта машин), однако, требует повышенного уровня развития регионального научно-инновационного комплекса. Повышенный спрос на рабочую силу в текущий период вызывает некоторое стремление ее «машиностроительных» регионов страны, однако, оно выражено весьма относительно и требует дополнительного анализа. Обобщая вышеизложенное, следует подчеркнуть трудности стратегирования машиностроения в России с учетом важности региональных особенностей и ограничений, накладываемых на данный процесс.

Машиностроение – одна из ключевых отраслей современной промышленности, обеспечивающая развитие инновационной экономики, с одной стороны, и являющаяся полигоном для внедрения и отработки наиболее совершенных современных технологий – с другой. Стратегирование машиностроения, в соответствии с концепцией стратегирования академика В.Л. Квинта требует активного и управления следования и включенности в глобальные процессы его развития [4,5]. Важным фактором успеха в стратегировании столь сложной сферы является учет и выявление процессов развития и распространения авангардных технологий [10]. Зарубежные авторы насчитывают до 38 глобальных современных трендов в развитии машиностроения, тесно связанных с цифровизацией, в частности: 3D и 4D-печать, комплекс «киберфизические системы, Интернет вещей, искусственный интеллект, большие данные, цифровые двойники», биомедицинскую инженерию, экологизацию производства, развитие нанотехнологий, активизация приоритетного использования энергии ВИЭ, развитие мехатроники и робототехники, создание «интеллектуальных материалов», CAD-CAM (платформы для работы с чертежами, графиками, связанными со строительством и дизайном-проектированием), создание машин и оборудования для цифрового сельского хозяйства, энергетики, текстильной промышленности, развитие лазерных технологий, криогеники, технологий Hurelloor и беспилотного транспорта [18]. В условиях цифровизации возникает новая экономика – ноономика [1,7], расширяются возможности для охватывающего и автоматизирующего все производственные процессы цифрового платформенного [6] и цифрового стратегического управления [17]. С другой стороны, очевидно, что и традиционные отрасли машиностроения сохраняют и будут сохранять свою актуальность. В этой связи обострится задача выделения стратегических приоритетов развития промышленности, основанных на возможностях и задачах инновационного развития [2] и конкретно – машиностроения, без чего попытки заниматься всеми современными направлениями глобального развития отрасли могут привести к «размыванию» ресурсов и не приведут к общему успеху.

Вместе с тем возможности для развития национального машиностроения и следования его глобальным тенденциям ограничены возможностями и географическим положением регионов страны. Так, показано, что в субъектах Российской Федерации «с сильным влиянием экономико-географических факторов концентрация производства выше, что во многом определяет зависимость устойчивости основных экономических показателей от конъюнктуры рынка продукции ключевых

отраслей региона». В то же время в регионах с высокой диверсификацией производства машиностроительный фактор усиливает свое влияние за счет общего влияния на рост производительности труда [16]. Таким образом, в стратегировании развития машиностроения необходимо учитывать глобальные процессы, национальные задачи и региональные факторы во всемо многообразии их сочетаний, что также соответствует идеям академика В.Л. Квинта [8]. Наконец, задача развития машиностроения – это стратегическая задача обеспечения национальной безопасности и ее стратегирования. При этом данная задача делится на две – собственное производство военной техники и развитие оборонных технологий, а также – обеспечение технологического суверенитета [9]. Машиностроение – наиболее значимая в текущий момент больших вызовов России и своего рода наглядно-показательная область обеспечения технологического суверенитета России, отражающая состояние экономики и даже общества – в целом. Так или иначе, на развитие машиностроения значимую роль накладывают региональные факторы, вплоть до региональных особенностей и характера научно-инновационного развития [7], что, в первую очередь, необходимо учитывать в стратегировании как на местном, так и на национальном уровне. В связи с вышеизложенным, целью работы является выявление основных закономерностей развития машиностроения в России на региональном уровне.

Методы

Прежде всего, в соответствии с методологией стратегирования В.Л. Квинта, охарактеризуем общие текущие процессы развития машиностроения в стране и их особенности. Промышленное производство РФ в 2023 году выросло на 3,5%. Основной вклад в его рост внес обрабатывающий сектор, рост в котором составил 7,5%, особенного прироста достигло машиностроение – 21%. Активно и успешно идет адаптация страны к работе в новых условиях, включающая перестройку кооперационных и логистических связей [11]. Вместе с тем, в 2021 году рост промышленности составил 6,3% (что являлось восстановительным постковидным ростом), в 2022 году – 0,7%. Вместе с тем, в конце 2023 года рост промышленного производства несколько замедлился (в декабре – 2,7% против 4,5% в предыдущем месяце). Таким образом, обрабатывающая промышленность и особенно машиностроение впервые за многие годы стали локомотивами экономики. Рост производства компьютеров, электроники и оптики – составил 32,8%, прочих транспортных средств и оборудования – 25,5%. Производство компьютеров, их частей и принадлежностей выросло за 2023 год на 27,3%, навигационных, метеорологических и аналогичных инструментов – на 75,2%, радиолокационной, радионавигационной аппаратуры – на 32,3% (в р.). Увеличилось производство подшипников – на 27% к 2022 году, грузовых вагонов – на 26,6%. Рост машиностроения происходил на фоне снижения производства в других сферах обрабатывающей промышленности (так, производство табачных изделий упало на 10,2% по сравнению с 2022 годом, обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки (кроме мебели), а также производство бумаги и бумажных изделий – снизились на 0,2 и 1,4% соответственно. Снизились объемы производства продукции добывающей промышленности – на 1,3%. Указанный рост является ярким примером усиления активности оборонно-промышленного комплекса. Однако, эксперты полагают, что высокий уровень общеугодовой успешности скрывает тот факт, что рост во второй половине года практически прекратился в силу исчерпания таких драйверов, как наличие квалифицированной рабочей силы.

Вместе с тем другие эксперты говорят о наличии большого потенциала у (в частности) производства легковых автомобилей, производство которых выросло в 2023 году выросло (в шт.) на 19%. В секторе спецтехники в 2023 году зафиксирован рост на 6-8%, однако значительно активнее рос импорт – от 16 до 50% и более (импорт строительно-дорожной техники в Россию за первые семь месяцев 2023 года в денежном выражении вырос по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 66,4% и достиг 254,1 млрд р., импорт прицепной техники увеличился на 37% (до 13,1 млрд р.), ввоз сельхозтехники вырос на 65% (до 145 млрд р.), пищевого оборудования – на 87%). В этой связи производители просят правительство предоставить им льготы, предназначенные для ИТ-сферы. По их мнению, необходимы серьезные инвестиции в НИОКР, к которым сами производители в полном объеме не готовы. В целом российские машиностроители поставляют на внутренний рынок примерно 60% сельхозтехники, при этом практически на 100% импортной является техника для плодоводства, для тепличного хозяйства. По пищевому оборудованию Россия занимает только примерно 40% собственного рынка, в сегменте строительно-дорожной техники российский сегмент – всего 5%. Поступление дешевого импорта привело, в частности, к закрытию Волгоградского и Челябинского тракторного заводов. Активно идет замещение продукции из ЕС машинами из Китая. Таким образом, при внешнем успехе, целесообразны просчитанные стратегические меры поддержки отечественного производителя – от отмены налога на прибыль и НДС, до специальных кредитных пакетов, которые бы одновременно защищали его интересы, но не ущемляли интересы потребителей продукции машиностроения [3].

Региональное распределение машиностроительных мощностей определяется историческими, географическими, социально-экономическими и иными факторами, которые с разной степенью тонкости «настраивают» систему внутренней кооперации и логистики, связанную с потребителями внутри страны и возможностями для экспорта. Машиностроение – часть обрабатывающей промышленности, которая подчас лишь немного по уровню своей технологичности выделяется среди других ее отраслей. Наибольшее относительное развитие обрабатывающей промышленности характерно для Калужской, Липецкой, Ленинградской, Вологодской области, в данных регионах отношение объема отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами в сфере обрабатывающей промышленности к ВРП в 2022 году превышало 100% и составило, соответственно, 126,140,119 и 101%, соответственно. Так, в Вологодской области доля в 2022 году – для обрабатывающей промышленности составляла 95,4% от общего объема промышленного производства региона [13]. Наименьшее – для Ненецкого АО (0,4%), Республики Саха (Якутия) – 2,1%, Республики Тыва (1,1%), Чеченская Республика (4%). Суммарно такие «машиностроительные» направления деятельности в рамках обрабатывающей промышленности как «производство компьютеров, электронных и оптических изделий; производство электрического оборудования»; «производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки», «производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов»; «производство прочих транспортных средств и оборудования» дает 7% ВВП страны (2,44, 1,43, 3,14%, соответственно), еще 1% приносит «ремонт и монтаж машин и оборудования». Этот показатель в доле от ВВП в целом сохраняется с момента от начала процесса импортозамещения [14]. Ненецкий автономный округ, Республика Ингушетия, Республика Тыва, Магаданская область, Чукотский автономный округ и Еврейская автономная область не имели соответствующих отраслей промышленности или данные о них не были представлены.

Результаты

В этой связи важно рассмотреть закономерности соотношений относительной представленности различных отраслей машиностроения в экономике регионов и их обрабатывающей промышленности. Показатели, изучение которых поможет ответить на последний вопрос, рассмотрены в табл. 1.

Таблица 1

Коэффициенты корреляции доли различных направлений машиностроения в ВРП субъектов Российской Федерации с аналогичными показателями других отраслей обрабатывающей промышленности [12]

| Показатель | Производство компьютеров, электронных и оптических изделий; производство электрического оборудования | Производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки | Производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов; производство прочих транспортных средств и оборудования |
|--|--|---|---|
| Обрабатывающие производства – всего | 0,51 | 0,38 | 0,54 |
| Производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий | 0,48 | 0,22 | 0,37 |
| Производство текстильных изделий, одежды, производство кожи и изделий из кожи | 0,30 | 0,01 | 0,15 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, кроме мебели, производство изделий из соломки и материалов для плетения, производство бумаги и бумажных изделий | 0,07 | 0,20 | 0,09 |
| Деятельность полиграфическая и копирование носителей информации | 0,37 | 0,03 | 0,30 |
| Производство кокса и нефтепродуктов, производство резиновых и пластмассовых изделий | 0,06 | 0,10 | 0,11 |
| Производство химических веществ и химических продуктов, производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях | 0,17 | 0,06 | 0,24 |
| Производство прочей неметаллической минеральной продукции | 0,48 | 0,21 | 0,33 |
| Производство металлургическое; производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования | -0,03 | -0,02 | 0,12 |
| Производство компьютеров, электронных и оптических изделий; производство электрического оборудования | 1,00 | 0,25 | 0,53 |
| Производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки | 0,53 | 0,32 | 1,00 |
| Производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов; производство прочих транспортных средств и оборудования | 0,25 | 1,00 | 0,32 |
| Производство мебели; производство прочих готовых изделий | 0,24 | 0,12 | 0,25 |
| Ремонт и монтаж машин и оборудования | 0,08 | 0,08 | 0,11 |

Как видно из данных табл. 1, показатель «производство компьютеров, электронных и оптических изделий; производство электрического оборудования», не включенных в другие группировки, довольно хорошо коррелирует с долей обрабатывающей промышленности в экономике регионов. «Производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов; производство прочих транспортных средств и оборудования» имеет такое же хорошее соотношение в плане корреляции с долей обрабатывающей промышленности. Производство других машин коррелирует с ней хуже. Относительный показатель «производства компьютеров, электронных и оптических изделий; производства электрического оборудования» также достаточно уверенно положительно коррелирует с таким показателем для производства «прочей неметаллической минеральной продукции», а также с «производством пищевых продуктов, напитков и табачных изделий». Другие корреляции менее выражены. Для полноты картины необходимо рассмотреть и абсолютные показатели, и их корреляции.

Таблица 2

Коэффициент корреляции различных направлений машиностроения с аналогичными показателями других отраслей обрабатывающей промышленности («Объем отгруженной продукции») [12]

| Показатель | Производство компьютеров, электронных и оптических изделий; производство электрического оборудования | Производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки | Производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов; производство прочих транспортных средств и оборудования |
|---|--|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Обрабатывающие производства – всего | 0,93 | 0,70 | 0,85 |
| Производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий | 0,67 | 0,51 | 0,70 |
| Производство текстильных изделий, одежды, производство кожи и изделий из кожи | 0,79 | 0,44 | 0,71 |

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|------|------|------|
| Обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, кроме мебели, производство изделий из соломки и материалов для плетения, производство бумаги и бумажных изделий | 0,38 | 0,38 | 0,37 |
| Деятельность полиграфическая и копирование носителей информации | 0,91 | 0,47 | 0,75 |
| Производство кокса и нефтепродуктов, производство резиновых и пластмассовых изделий | 0,85 | 0,56 | 0,69 |
| Производство химических веществ и химических продуктов, производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях | 0,58 | 0,54 | 0,59 |
| Производство прочей неметаллической минеральной продукции | 0,71 | 0,54 | 0,78 |
| Производство металлургическое; производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования | 0,53 | 0,40 | 0,56 |
| Производство компьютеров, электронных и оптических изделий; производство электрического оборудования | 1,00 | 0,63 | 0,86 |
| Производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки | 0,86 | 0,69 | 1,00 |
| Производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов; производство прочих транспортных средств и оборудования | 0,63 | 1,00 | 0,69 |
| Производство мебели; производство прочих готовых изделий | 0,89 | 0,60 | 0,82 |
| Ремонт и монтаж машин и оборудования | 0,85 | 0,62 | 0,73 |

Как следует из представленных в табл. 2 данных, наибольшие корреляции между объемом доходов в сфере машиностроения и в других отраслях обрабатывающей промышленности имеет «Производство компьютеров, электронных и оптических изделий; производство электрического оборудования», наиболее тесно связано с общим уровнем развития обрабатывающей промышленности. В этой связи важно проследить регионы особенной концентрации машиностроительных мощностей страны (рис. 1).

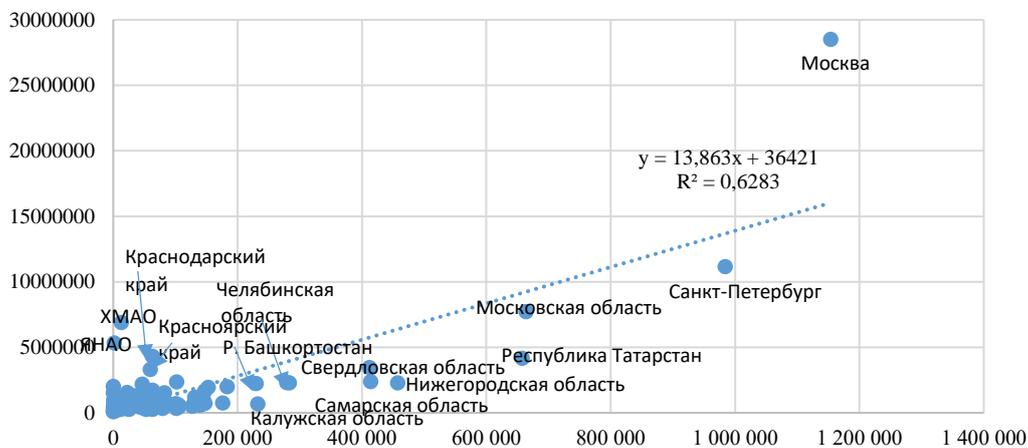


Рис. 1. Соотношение объема отгруженной продукции трех основных направлений машиностроения (ось абсцисс) и ВРП субъектов Российской Федерации (ось ординат), млн р.

Как видно из рис. 1 хорошо прослеживается региональная дифференция. Развитые регионы с добывающей промышленностью и сельским хозяйством имеют уровень машиностроения сильно ниже среднероссийского. При этом отношение объема продукции машиностроения к ВРП и ВРП на душу населения не дает значимой корреляции ни в общей выборке, ни при исключении из нее ряда регионов, специализирующихся на добывающей промышленности. Достаточно сказать, что машиностроение богатой Москвы (по трем направлениям) составляет лишь 4% от ВРП. При этом регионы с очень развитым машиностроением (доля машиностроения в ВРП) не имеют высокого уровня ВРП на душу населения (табл. 3). Как видно из представленных в табл. 3 данных, ни один «машиностроительный» регион не имеет высокого уровня ВРП на душу населения, сравнимого со среднероссийским, который в 2022 году приблизился к 1 млн р. на чел.

В этой связи важно уточнить взаимовлияние развития машиностроения и общего уровня экономики, взяв для анализа показатели объемов производства машиностроительной продукции и услуг и ВРП – относительно численности населения (рис. 2, 3). При этом важно исключить регионы с очень высоким ВРП на душу населения – за счет добывающей промышленности.

Объем отгруженной продукции машиностроения по трем направлениям, млн р.
доля машиностроения в ВРП, % и объем ВРП на душу населения
– у субъектов с долей машиностроения в ВРП больше 20% [12]

| Субъект РФ | Объем отгруженной продукции машиностроения, млн р. | Доля машиностроения в ВРП, % | ВРП на душу населения, р. |
|-------------------------|--|------------------------------|---------------------------|
| Нижегородская область | 2287862 | 20,0 | 739124,7 |
| Калининградская область | 738007,6 | 20,0 | 715358,6 |
| Псковская область | 257770,8 | 20,6 | 435172,2 |
| Тверская область | 629399 | 22,6 | 516488,8 |
| Курганская область | 339533,9 | 23,3 | 442701,5 |
| Республика Бурятия | 447008,5 | 23,6 | 457864,5 |
| Ярославская область | 748305,6 | 23,6 | 623525,1 |
| Ульяновская область | 588824,1 | 23,6 | 496339,6 |
| Республика Марий Эл | 261992,8 | 24,1 | 388519,7 |
| Чувашская Республика | 501506,5 | 25,3 | 425530,9 |
| Республика Мордовия | 342626,3 | 29,6 | 441297,3 |
| Калужская область | 693947,6 | 33,5 | 647307,2 |

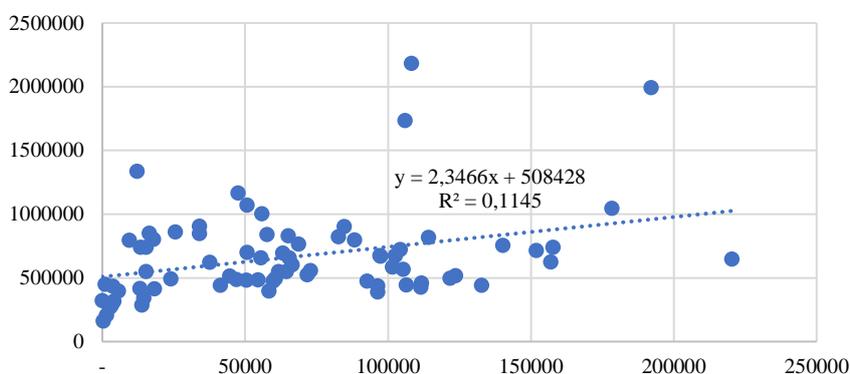


Рис. 2. Соотношение суммарного относительного объема отгруженных товаров и услуг машиностроения по 4 направлениям (включая ремонт и монтаж машин и оборудования) и ВРП, млн р. – без ряда северных и дальневосточных регионов [12]

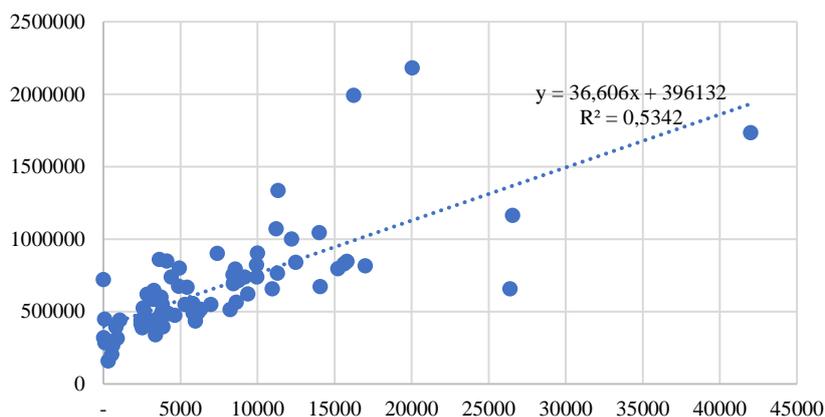


Рис. 3. Соотношение суммарного объема отгруженных товаров и услуг машиностроения по направлению «ремонт и монтаж машин и оборудования» и ВРП на душу населения, млн р. [12]

Как видно из представленных данных, машиностроение позитивно влияет на общий экономический рост и отражает его. При этом наибольшее положительное влияние имеет ремонт и монтаж машин. Очевидно, здесь имеет место обратная связь – чем богаче регион, тем более обширен и дорог ремонт автотранспорта граждан и организаций, что и отражается в выявленной зависимости.

Если говорить о влиянии машиностроения на качество жизни, то целесообразно прежде всего рассмотреть миграционный прирост (относительно населения) в 2022 году и относительную долю машиностроения в ВРП региона (относительно населения), приняв общее положение о том, что миграция осуществляется «к большему качеству жизни». При этом мы уберем из выборки регионы с высоким годовым миграционным приростом (около 1% и более) в 2022 году, явно не связанным с развитием конкретно машиностроения – Москву, Московскую и Ленинградскую области, а также Севастополь (рис. 4).

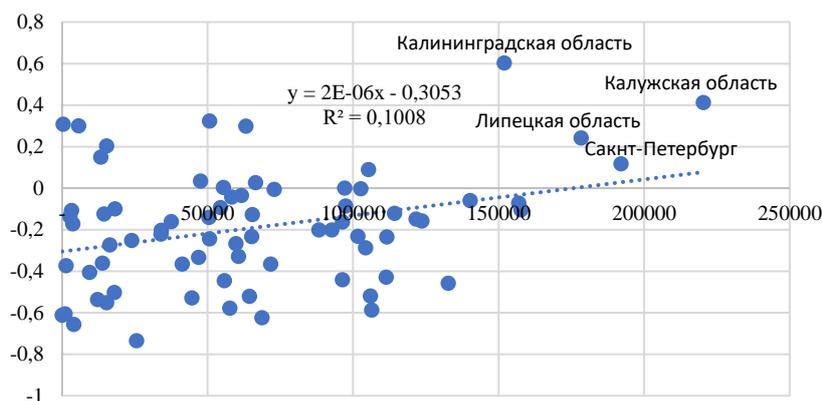


Рис. 4. Соотношение относительной доли машиностроения и относительного миграционного прироста в 2022 году – субъекты РФ [12,15]

Очевидно, некоторая положительная связь развитости машиностроения и миграции в регион имеет место за счет активной работы 4 машиностроительных регионов. Интересно при этом, что аналогичные соотношения по всем четырем отраслям машиностроения не дали близкой величины коэффициента детерминации. При этом численность населения в той же выборке регионов демонстрировала достаточно слабую положительную связь с уровнем продукции и услуг машиностроения. Машиностроение – одно из наиболее наукоемких производств, которому необходимо поддерживать связь с научно-исследовательским комплексом. Данному комплексу целесообразно находиться рядом с производством, однако, возможности дистанционного взаимодействия в условиях цифровизации постоянно расширяются. В табл. 4 представлены данные, позволяющие уточнить взаимное влияние концентрации машиностроения в регионах России на научно-исследовательский комплекс.

Таблица 4

Коэффициенты детерминации показателей численности персонала, занятого исследованиями и разработками и объемов производства обрабатывающей промышленности в целом и по отдельным направлениям машиностроения (относительно населения) [12]

| Показатель | Относительная численность персонала в НИОКР |
|--|---|
| Относительный объем отгруженных товаров и выполненных услуг сферы обрабатывающей промышленности | 0,1 |
| Относительный объем товаров и услуг по направлению «производство компьютеров, электронных и оптических изделий; производство электрического оборудования» | 0,2 |
| Относительный объем товаров и услуг по направлению «производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки» | 0,14 |
| Относительный объем товаров и услуг по направлению «производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов; производство прочих транспортных средств и оборудования» | 0,1 |
| Относительный объем товаров и услуг по направлению «ремонт и монтаж машин и оборудования» | 0,06 |
| Относительный объем товаров и услуг суммарно по 4 направлениям машиностроения | 0,26 |

Обсуждение

Как видно из представленных в табл. 4 данных, машиностроение в целом обнаруживает значительно более тесную связь с наукой по сравнению с обрабатывающей промышленностью в целом, что свидетельствует о сохранении и необходимости учета данного обстоятельства в стратегировании развития отечественного машиностроения.

Заключение

Таким образом, машиностроение является ядром обрабатывающей промышленности, его развитие довольно сильно связано с общим развитием данной отрасли. При этом основные машиностроительные мощности сконцентрированы в относительно немногих регионах. Вместе с тем, превалирование его в экономике региона не дает существенного роста уровня экономики в целом (что, очевидно, не касается ремонта машин), однако, требует повышенного уровня развития регионального научно-инновационного комплекса. Повышенный спрос на рабочую силу в текущий период вызывает некоторое стремление ее «машиностроительных» регионов, однако, оно выражено весьма относительно и требует дополнительного анализа. Обобщая вышеизложенное, следует подчеркнуть трудности стратегирования машиностроения в России с учетом важности региональных особенностей и ограничений, накладываемых на данный процесс.

Литература

1. Бодрунов С.Д. Новое индустриальное общество. Производство. Экономика. Институты // Экономическое возрождение России, 2016. – Т. 48. – № 2. – С. 5–14.
2. Гринев С.А., Квинт В.Л. Формирование стратегических приоритетов промышленного развития РФ как инновационный фактор преодоления кризисных периодов // Экономика промышленности, 2023. – № 16. – С. 275-283.
3. Ждут помощи: как агрессивный импорт влияет на развитие отечественного машиностроения // Алексеев Д. [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/1574687/dmitrii-alekseev/zhdut-pomoshchi-kak-agressivnyi-import-vliiaet-na-razvitie-otechestvennogo-mashinostroeniia>.
4. Квинт В.Л. Концепция стратегирования: монография. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2020. – 170 с.
5. Квинт В.Л. Регионализация как современная тенденция научно-технического прогресса // Экономические проблемы развития территориальных научно-технических комплексов. – М.: ИЭ, 1983. – С. 41-66.
6. Квинт В.Л., Бабкин А.В., Шкарупета Е.В. Стратегирование формирования платформенной операционной модели для повышения уровня цифровой зрелости промышленных систем // Экономика промышленности, 2022. – № 15. – С. 249-261.

7. Квинт В.Л., Бодрунов С.Д. Стратегирование трансформации общества: знание, технологии, ноономика. – СПб.: ИНИР им. С.Ю. Витте, 2021. – 351 с.
8. Квинт В.Л., Новикова И.В., Алимуратов М.К. Согласованность глобальных и национальных интересов с региональными стратегическими приоритетами // Экономика и управление, 2021. – Т. 27. – № 11. – С. 900–909.
9. Квинт В.Л., Новикова И.В., Алимуратов М.К., Сасаев Н.И. Стратегирование технологического суверенитета национальной экономики // Управленческое консультирование, 2022. – № 9. – С. 57–67.
10. Квинт В.Л., Хворостяная А.С., Сасаев Н.И. Авангардные технологии в процессе стратегирования // Экономика и управление, 2020. – Т. 26. – № 11. – С. 1170–1179.
11. Мишустин: Промпроизводство выросло на 3,5% в 2023 году, машиностроение - на 21% // Кузьмин В. [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2024/02/13/mishustin-promproizvodstvo-v-rg-vyroslo-na-35-v-2023-godu-mashinostroenie-na-21.html>.
12. Регионы России. Социально-экономические показатели // Росстат [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204>.
13. Результаты работы промышленности Вологодской области в 2023 году // Вологдастат. [Электронный ресурс]. URL: <https://35.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Промышленность%202023.pdf>.
14. Тополева Т.Н., Ишманова М.С. Экономическая сущность стратегии импортозамещения // Проблемы региональной экономики, 2016. – № 1-2. – С. 83–90.
15. Численность и миграция населения Российской Федерации // Росстат [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13283>.
16. Borisov V.N., Pochukaeva O.V., Pochukaev K.G. The role of mechanical engineering in the process of regional economic diversification // Territorial development issues, 2018. – № 5. – С. 1–17.
17. Rego B.S., Jayantilal S., Ferreira J.J.M., Carayannis F. Digital Transformation and Strategic Management: a Systematic Review of the Literature // Journal of the Knowledge Economy, 2021. – № 13. – С. 1–28.
18. Shafi M. 38 Recent Trends in Mechanical Engineering in 2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://mechanicalnotes.com/recent-trends-in-mechanical-engineering/>.

УДК 339.138:330.47

С.А. Кучерявенко

**АГЕНТНЫЕ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ
И ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО КОНТРОЛЯ
НА ОСНОВНЫХ ЭТАПАХ ТРАНСФОРМАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ РОЛИ**

S.A. Kucheryavenko

**AGENT MODELS OF CONSUMER BEHAVIOR
OF HIGH SCHOOL EDUCATIONAL PRODUCTS AND FEATURES
OF MARKETING CONTROL AT THE MAIN STAGES
OF CONSUMER ROLE TRANSFORMATION**

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговый контроль, информационные технологии, агентная модель, образовательные продукты, образовательные организации, абитуриенты, цифровые технологии.

Keywords: marketing, marketing control, information technology, agent model, educational products, educational organizations, applicants, digital technologies.

Цель: выявить особенности применения функции маркетингового контроля на основных этапах трансформации потребительской роли (абитуриент-студент). Обсуждение: в статье рассматриваются вопросы моделирования поведения потребителей образовательных продуктов высшей школы. В качестве методов исследования выступили контент-анализ научных публикаций по проблеме исследования в российской научной электронной библиотеке eLibrary.Ru, агентное моделирование, социологический мониторинг удовлетворенности абитуриентов, SWOT-анализ и PEST-анализ внешней среды образовательных организаций высшего образования. Результаты: представлены результаты проведенного маркетингового анализа образовательного рынка высшего образования, определены особенности маркетингового контроля на основных этапах трансформации потребительской роли (абитуриент-студент), определены внешние угрозы и имеющиеся возможности для конкретных направлений подготовки. Успешное практическое применение агентных моделей в рамках реализации маркетингового контроля предусматривает развитие аппарата моделирования в части описания агента с позиции трансформации потребительской роли агента «абитуриент» в роль «студент».

Purpose: to identify the features of using the marketing control function at the main stages of transformation of the consumer role (applicant-student). Discussion: The article discusses the issues of modeling the behavior of consumers of higher education educational products. The research methods used were content analysis of scientific publications on the research problem in the Russian scientific electronic library eLibrary.Ru, agent-based modeling, sociological monitoring of applicant satisfaction, SWOT analysis and PEST analysis of the external environment of educational organizations of higher education. Results: the results of a marketing analysis of the educational market of higher education are presented, the features of marketing control at the main stages of transformation of the consumer role (entrant-student) are determined, external threats and available opportunities for specific areas of training are identified. The successful practical application of agent-based models within the framework of marketing control implementation involves the development of a modeling apparatus in terms of describing the agent from the position of transforming the consumer role of the agent "entrant" into the role of "student".

Электронный адрес: Kucheryavenko_s@bsu.edu.ru

Введение

Состояние образовательного рынка сегодня требует внедрение маркетингового контроля, основной базовой категорией которого является потребитель, его потребности и ожидания. Одним из эффективных инструментов, применяемых на практике, в рамках маркетингового контроля, является мониторинг удовлетворенности потребителей университета. Анализ образовательного рынка позволил выявить следующие основные категории потребителей: обучающиеся, молодые ученые, преподаватели, сотрудники, родители, выпускники, слушатели ДПО.

Методы

В качестве методов исследования выступили контент-анализ научных публикаций по проблеме исследования в российской научной электронной библиотеке eLibrary.Ru, агентное моделирование, социологический мониторинг удовлетворенности абитуриентов, SWOT-анализ и PEST-анализ [10]. Результаты мониторинга удовлетворенности могут использоваться в рамках организации маркетинговой деятельности в университете, в том числе в части планирования приемной кампании. В этом отношении интересной практикой НИУ «БелГУ» является применение агентного моделирования. Построение агентных моделей абитуриентов позволяет выявить значительные и незначительные факторы, определяющие поведение потребителей. Результаты мониторинга учитываются при актуализации маркетинговой стратегии университета.

Результаты

Исследование практики применения маркетингового контроля в НИУ «БелГУ» позволяет рассмотреть отдельные примеры использования результатов анализа агентного моделирования для понимания ожиданий и требований абитуриентов и улучшения образовательного продукта. С этой целью в университете ежегодно проводится мониторинг удовлетворенности потребителей, а на официальном сайте университета в постоянном доступе предложена анкета для обратной связи всех категорий респондентов [2]. Так, для выявления существующих потребностей Международным центром социологических исследований НИУ «БелГУ» по заказу Центра менеджмента качества ежегодно проводится мониторинг удовлетворенности потребителей по результатам которого строятся агентные модели по территориальному признаку, полу, отдельным направлениям подготовки и пр. [9]. К примеру, агентная модель факторов выбора абитуриентов университета по полу за 2023 год включает следующие критерии (рис. 1). При проведении агентного моделирования учитывается территориальный фактор, так называемые пространственно определенные модели [7,11]. Так, примером построения агентной модели факторов выбора абитуриентов университета по территориальному признаку могут служить результаты моделирования в 2023 году (рис. 2). Анализ агентной модели может быть использован в рамках планирования приемной кампании в 2024 году [3].

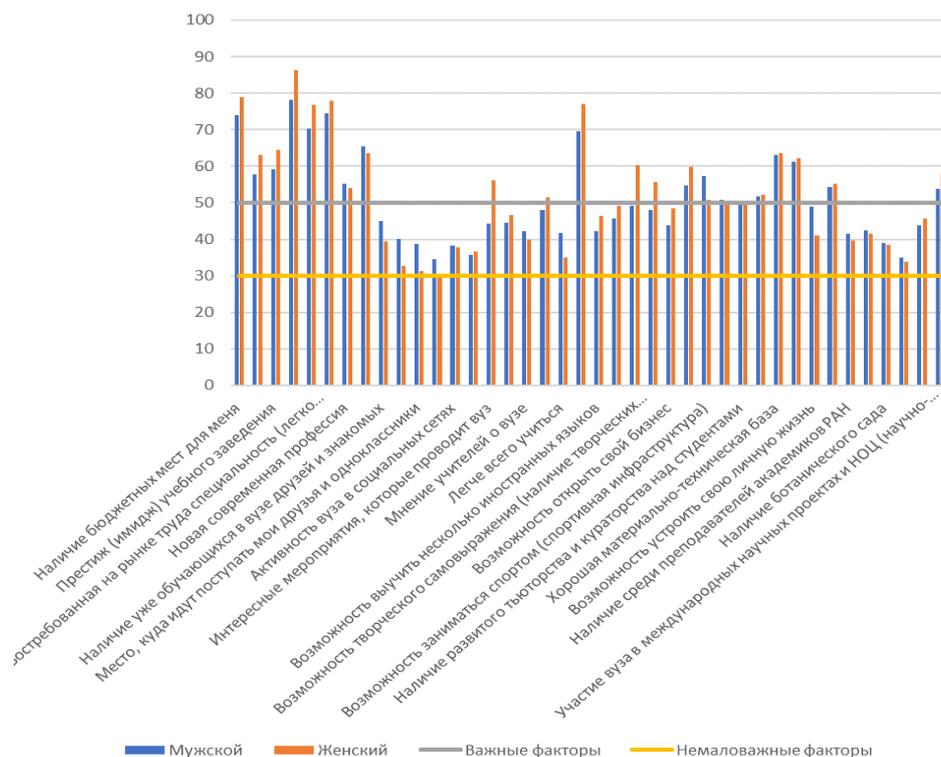


Рис. 1. Агентная модель факторов выбора абитуриентов университета по полу (по материалам НИУ «БелГУ» на 01.01.2024 г.)

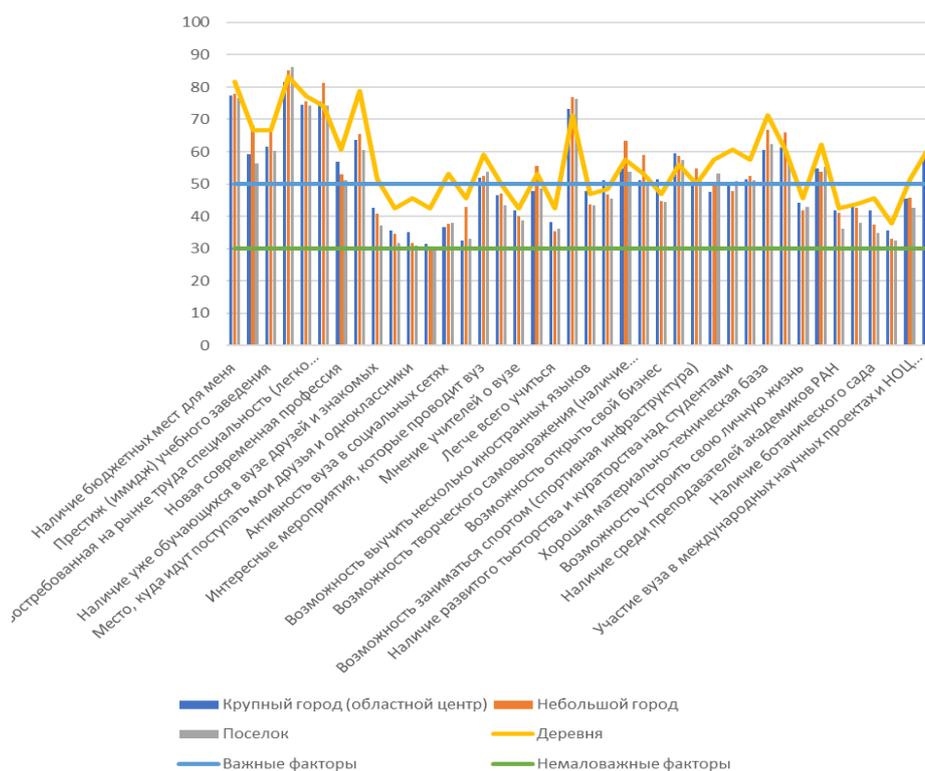


Рис. 2. Агентная модель факторов выбора абитуриентов университета по территории проживания (по материалам НИУ «БелГУ» на 01.01.2024 г.)

Областью применения агентных моделей может быть и сравнительный анализ поведения абитуриентов, к примеру сравнение агентных моделей абитуриентов России и ближнего зарубежья (рис. 3). Понимание основополагающих факторов поступления в университет позволяет правильно выстроить маркетинговую деятельность образовательной организации высшего образования в рамках продвижения и позиционирования образовательных программ на образовательном рынке. Доступность и простота применения агентного моделирования в образовательных организациях высшего образования дает возможность идентифицировать даже незначительные факторы, оказывающие влияние на поведение абитуриентов [1].

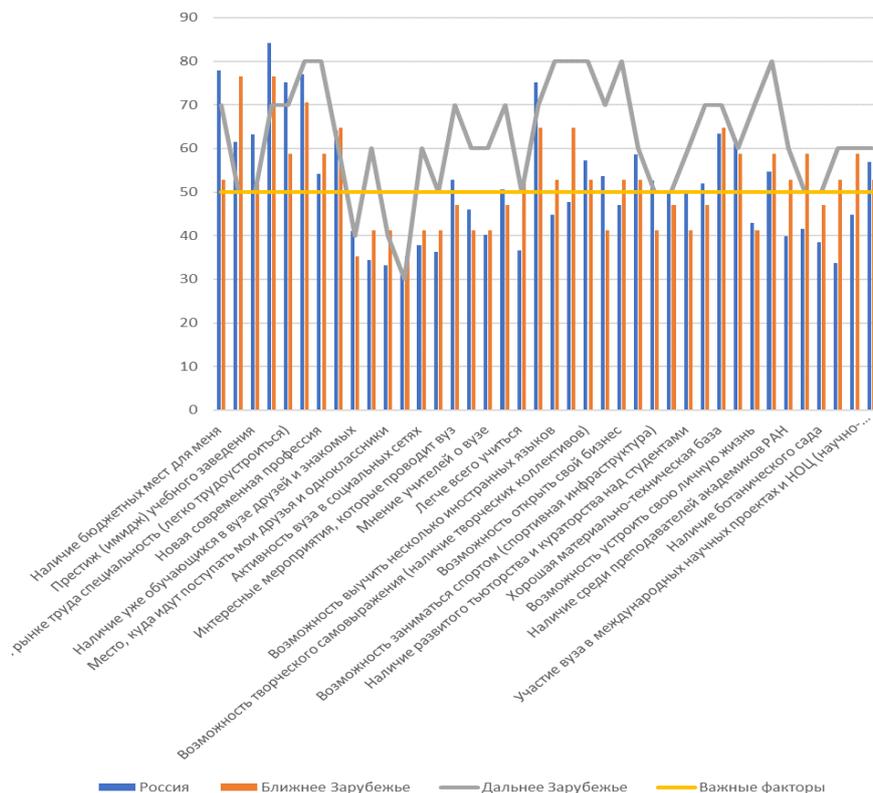


Рис. 3. Сравнение агентных моделей абитуриентов России и ближнего зарубежья (по материалам НИУ «БелГУ» на 01.01.2024 г.)

Агентное моделирование фактора выбора абитуриентов университета по отдельным направлениям подготовки, институтам, факультетам является эффективным инструментом, при помощи которого возможно дальнейшее моделирование адаптивных систем (рис. 4, 5). Определенный набор критериев может быть обобщен и положен в основу поведения системы. В рамках данного подхода, агентами выступают не только абитуриенты, но и их родители, родственники, учителя и пр.

Обсуждение

Особенностью агентных моделей факторов выбора абитуриентов университета является постоянное взаимодействие агентов, передача информации друг другу и действия на основе полученной информации.

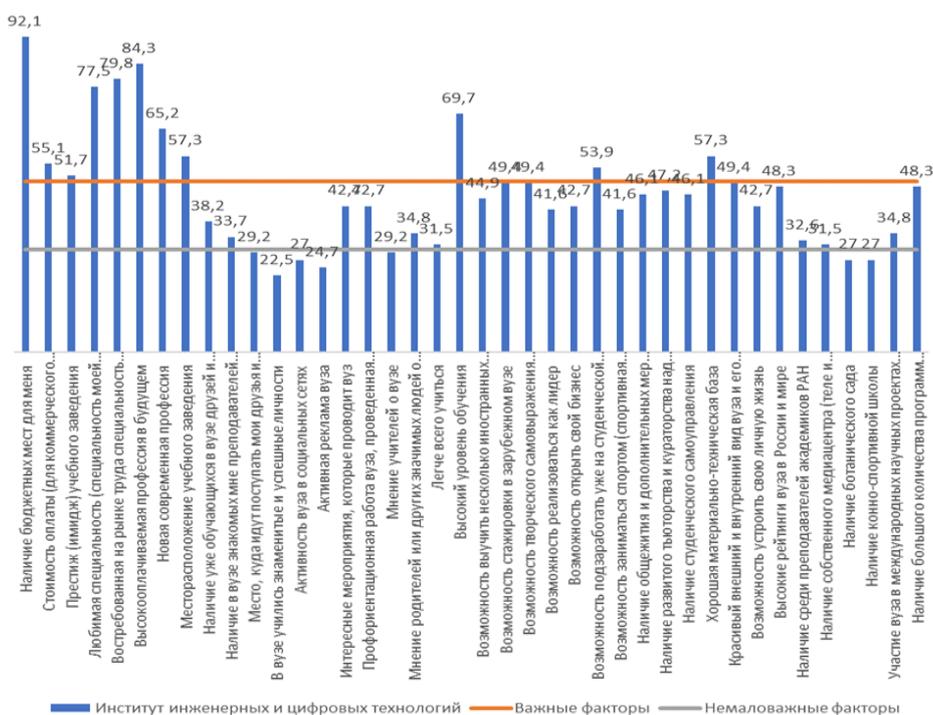


Рис. 4. Агентная модель абитуриента института инженерных и цифровых технологий (по материалам НИУ «БелГУ» на 01.01.2024 г.)

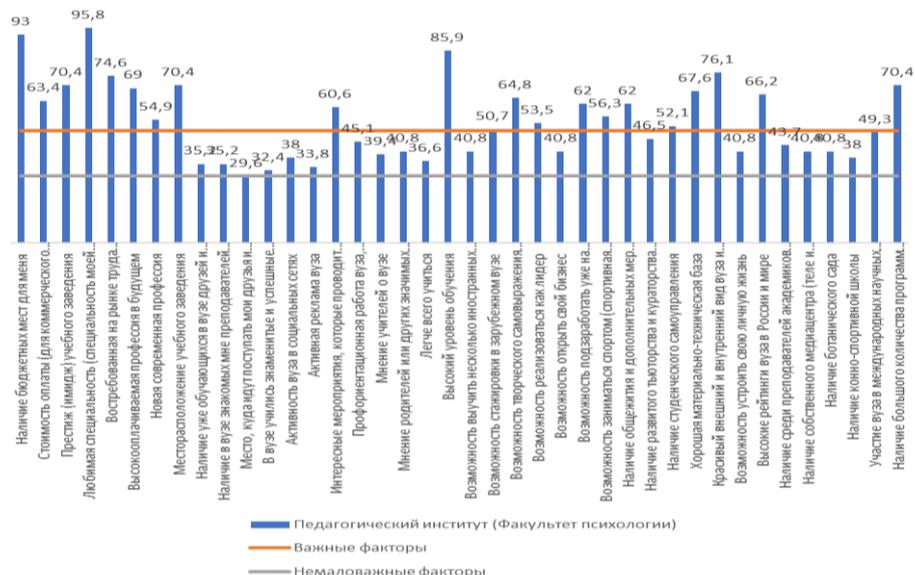


Рис. 5. Агентная модель абитуриента факультета психологии педагогического института (по материалам НИУ «БелГУ» на 01.01.2024 г.)

Данный вид моделирования активно используется в рамках реализации маркетингового контроля в университете. В тоже время несмотря на имеющийся потенциал использования агентных моделей, полученные результаты моделирования могут вызывать сложности для понимания, а также не могут быть спрогнозированы. Причиной этому могут служить эмерджентные свойства модели, а также сложная взаимосвязь агентов с информационной системой.

Заключение

Подводя итог можно отметить, что агентное моделирование является важной частью маркетингового контроля за выполнением ожиданий потребителей. Практика внедрения агентного моделирования в НИУ «БелГУ» позволяет сделать вывод о возможности его успешного применения в образовательных организациях высшего образования. Важно отметить, что разработка агентной модели факторов выбора абитуриентами университета должна основываться на полученных эмпирических методами данных об абитуриентах, ценовых предпочтениях и прочих мотивах выбора. В этой связи важной является правильная идентификация имеющихся в университете проблем и постановка конкретных задач для их решения, что требует практического опыта у руководства университета и использование независимой экспертной оценки. Успешное практическое применение агентных моделей в рамках реализации маркетингового контроля предусматривает развитие аппарата моделирования в части описания агента с позиции трансформации потребительской роли агента «абитуриент» в роль «студент». Данная статья расширяет знания в области применения агентного моделирования при реализации функции маркетингового контроля и является продолжением исследования маркетинговой среды в образовательных организациях высшей школы [4,5].

Литература

1. Босенко Е.В. Маркетинговая среда и модель учета влияния потребительских предпочтений на формирование оптимального портфеля образовательных программ образовательной организации / Е.В., Босенко, В.В. Тадтаева, И.С. Шапка // Экономика и управление: проблемы, решения, 2017. – Т. 4. – № 12. – С. 93-100.
2. Вандрикова О.В. Образовательный маркетинг как механизм развития системы высшего образования // Условия, императивы и альтернативы развития современного общества в период нестабильности: экономика, управление, социология, право: Сборник научных трудов, Тихорецк, 12 мая 2020 года / Под общей ред. Е.В. Королук. – Тихорецк: ФГБУ "Российское энергетическое агентство" Минэнерго России Краснодарский ЦНТИ- филиал ФГБУ "РЭА" Минэнерго России, 2020. – С. 122-125.
3. Рамазанов В.М. Организация и развитие системы контроля в маркетинговой деятельности / В.М. Рамазанов, М.Г. Уркаев, С.Ф. Бабакишиева // Экологические проблемы продовольственной безопасности (EPFS 2022): Материалы международной научно-практической конференции. Воронеж, 21–22 февраля 2022 года. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2022. – С. 180-183.
4. Тарасова Е.Е. Принципы и инструменты продвижения образовательных услуг на образовательном портале региона / Е.Е. Тарасова, Е.А. Шейн // Управленческое консультирование, 2017. – № 12. – С. 147-156.
5. Орлова В.А. Моделирование развития маркетинга инноваций образовательных услуг в условиях цифровой парадигмы / В.А. Орлова, М.Н. Кушаков // Торговля и рынок, 2022. – Т. 2. – № 3-1. – С. 64-71.
6. Атлас новых профессий [Электронный ресурс]. URL: https://atlas100.ru/upload/pdf_files/atlas.pdf.
7. Исследование российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий: Edumarket, 2017-2021 [Электронный ресурс]. URL: https://www.dropbox.com/s/sbug8en7faooaw/edumarket_RUS.pdf?dl=0.
8. Образование в цифрах: 2023: краткий статистический сборник / Т.А. Варламова, Л.М. Гохберг, О.К. Озерова и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/primarydata/ovz2023>.
9. Отчет о результатах мониторинга удовлетворенности потребителей в сфере образовательных услуг за 2023 гт. [Электронный ресурс]. URL: <https://bsuedu.ru/bsu/info/officialdocs/sections.php?ID=160>.
10. Отчет о результатах самообследования Белгородского государственного университета за 2023 год [Электронный ресурс]. URL: <https://bsuedu.ru/bsu/info/officialdocs/sections.php?ID=174#sect5>.
11. РБК Тренды, по данным Smart Ranking: 2019-2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education>.
12. Educational marketing in the digital economy era / I.A. Grigoryants, A.E. Termeleva, T.V. Alaytseva, O.V. Semenova // Krasnoyarsk Science, 2020. – V. 9. – № 4-4. – P. 19-31.
13. Lima S.H., Kimb D.J. Does Emotional Intelligence of Online Shoppers Affect Their Shopping Behavior? // International Journal of Human – Computer Interaction, 2020. – № 14. – P. 1304-1313.

УДК 338

П.И. Лукашук, Д.Н. Береснев, Г.Г. Вукович, А.В. Островская
ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО КАРКАСА СИСТЕМЫ
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТАБИЛЬНОСТИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

P.I. Lukashchuk, D.N. Beresnev, G.G. Vukovich, A.V. Ostrovskaya
FORMATION OF THE MARKETING FRAME OF THE PERSONNEL
MANAGEMENT SYSTEM: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL
ASPECTS OF ENSURING THE STABILITY OF BUSINESS PROCESSES

Ключевые слова: управление персоналом, бизнес-процессы, теоретико-методические аспекты, маркетинговая деятельность, рынок труда, маркетинговая стратегия, HR-маркетинг, текучесть кадров, маркетинг персонала.

Keywords: personnel management, business processes, theoretical and methodological aspects, marketing activities, labor market, marketing strategy, HR marketing, staff turnover, personnel marketing.

Цель: исследовать процесс формирования маркетингового каркаса и системы управления персоналом, на основе теоретико-методических аспектов обеспечения стабильности бизнес-процессов. Обсуждение: в статье раскрываются задачи маркетинга персонала, сущность маркетинговой деятельности на рынке труда, параметры, влияющие на кадровую ситуацию в компании с учетом стратегических задач HR-маркетинга, а также структура и стратегии HR-маркетинга. предложенная структура, принимая во внимание тенденции развития цифровых технологий дает возможности реализации технологического потенциала российской IT сферы с этапами маркетинга персонала. Результаты: маркетинг персонала становится приоритетным направлением работы кадровой службы любой престижной организации, так как цели и задачи его напрямую связаны с миссией компании, а системная работа с персоналом обеспечивает преемственность HR-процессов.

Purpose: to investigate the process of forming a marketing framework and a personnel management system based on theoretical and methodological aspects of ensuring the stability of business processes. Discussion: the article reveals the tasks of personnel marketing, the essence of marketing activities in the labor market, the parameters that affect the personnel situation in the company, taking into account the strategic objectives of HR marketing, as well as the structure and strategies of HR marketing. The proposed structure, taking into account the trends in the development of digital technologies, makes it possible to realize the technological potential of the Russian IT sector with the stages of personnel marketing. Results: personnel marketing is becoming a priority for the HR department of any prestigious organization, since its goals and objectives are directly related to the company's mission, and systematic work with personnel ensures the continuity of HR processes.

Электронный адрес: beresnevdn@mgri.ru, anastasvik@mail.ru

Введение

Согласно мнению представителей современной отечественной экономической школы, маркетинг персонала способствует развитию человеческого капитала организаций, являясь важным элементом системы кадрового управления [2]. На определенном этапе развития предприятия неизбежно сталкиваются с необходимостью развития собственного HR-бренда, поскольку конкуренция на рынке труда растет, а высококвалифицированный персонал неизменно требуется во всех сферах бизнеса.

Методы

Для исследования сущности и структуры маркетинговой деятельности на рынке труда использовались следующие методы научного познания: мониторинг и диагностику, дедукцию и индукцию, табличный метод, сравнение, описание, ретроспективный подход, монографический подход, синтез, наблюдение, вербально-графическое моделирование, когнитивный подход и др..

Результаты

В широком смысле маркетинг персонала – деятельность по привлечению потенциальных сотрудников предприятия, обеспечивающая формирование привлекательного имиджа работодателя и реализацию миссии компании как участника трудовых отношений на рынке. Как отмечают исследователи из Уральского государственного аграрного университета, сущность категории неоднозначна и включает три аспекта (рис. 1) [5].

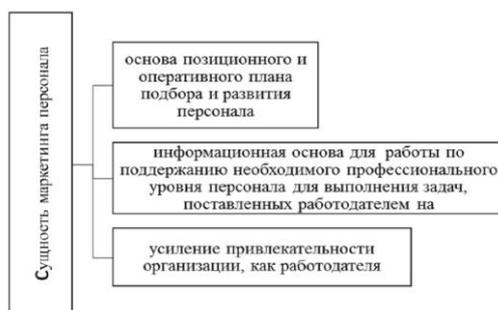


Рис. 1. Сущность маркетинговой деятельности на рынке труда [5]

Во-первых, основной задачей маркетинга персонала является разработка оптимальной модели и составление плана по подбору персонала. Критериями выбора предпочтительной модели являются:

- экономическая эффективность;
- социальная эффективность;

- эргономичность;
- функциональность;
- целесообразность.

Во-вторых, после привлечения сотрудников необходимо обеспечить высокий уровень их вовлеченности – это также неотъемлемая часть маркетинговой стратегии организации на рынке трудовых ресурсов. Долгосрочность в текущих условиях является важнейшей характеристикой трудовых взаимоотношений, поскольку работодатель по объективным причинам не заинтересован в росте текучести кадров [4]. Интересный опыт описан в материале, отражающем развитие основных трендов будущего, формирующихся в области маркетинга персонала уже сегодня [11]. Авторы предлагают организациям создавать каналы коммуникации с сотрудниками, например, в мессенджерах, в которых HR-специалисты будут проводить опросы, направленные на оценку уровня удовлетворенности персонала, будет также публиковаться информация о миссии компании, ее приоритетах и целях. И, разумеется, третьим, но отнюдь не по значению, аспектом, раскрывающим сущность маркетинга персонала, является усиление позиций организации как надежного работодателя. По мнению А.Ю. Андрианова, кадровая ситуация, складывающаяся в той или иной компании – результат влияния двух групп условных параметров (рис. 2).

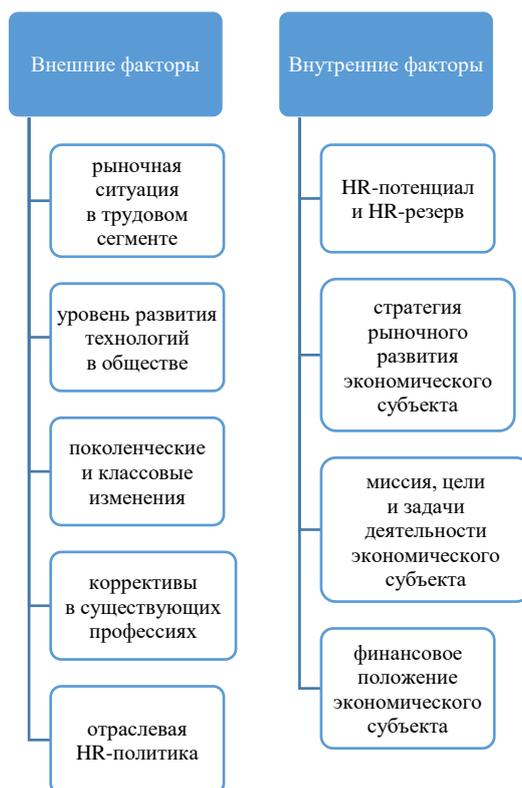


Рис. 2. Параметры, влияющие на кадровую ситуацию в компании с учетом стратегических задач HR-маркетинга [1]

Искусное управление представленными факторами становится залогом успеха компании в конкурентной борьбе на рынке труда. На рис. 3 представлена структура HR-маркетинга, предложенная Т.Ю. Ксенофонтовой, Д.Е. Овчинниковым и А.Е. Утушкиной [3].

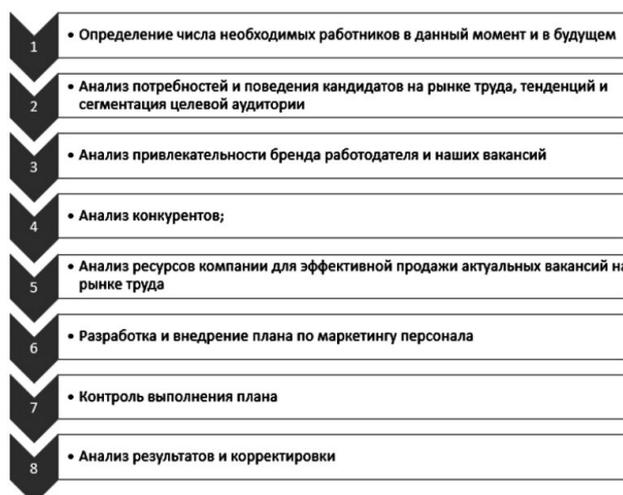


Рис. 3. Структура HR-маркетинга [3]

Авторы считают, что маркетинговые мероприятия в сфере управления человеческими ресурсами следует начинать с определения и планирования потребности в персонале, затем HR-менеджер переходит в иную плоскость и исследует рынок труда, выявляя целевую аудиторию. Следующим этапом выступает изучение позиции работодателя с учетом выявленных на рынке потребностей, характерных для определенных сегментов, анализируются также конкуренты. Аналитический процесс завершается на этапе выявления доступных ресурсов, находящихся в распоряжении работодателя. После этого специалист по управлению персоналом переходит непосредственно к процессу планирования и реализации плана по HR-маркетингу. Заключительные этапы: осуществление контроля и анализ полученных результатов с последующей корректировкой.

Обсуждение

По нашему мнению, предложенную коллегами структуру можно дополнить, принимая во внимание тенденции развития цифровых технологий. Возможности реализации технологического потенциала российской IT сферы соотнесены с этапами маркетинга персонала (таблица).

Таблица

Цифровые технологии в HR-маркетинге (составлено авторами)

| Этап | Содержание этапа | Доступные цифровые технологии |
|------|---|---|
| 1 | Кадровое планирование | использование ИИ-оптимизаторов кадрового планирования (AI-driven schedule optimizers) позволяет не только эффективно управлять человеческими ресурсами на предприятии, но и делать прогнозы относительно потребности в персонале в будущем [12] |
| 2 | Анализ рынка труда | аналитика больших данных – эффективный инструмент, используемый в кадровом маркетинге: рынок труда характеризуется турбулентностью, информация, необходимая специалисту в контексте изучения спроса и предложения, регулярно обновляется, по этой причине технологии Big Data становятся оптимальным решением [8] |
| 3 | Анализ привлекательности HR-бренда | |
| 4 | Анализ конкурентов | |
| 5 | Выявление доступных ресурсов | |
| 6 | Разработка плана маркетинговых мероприятий и его реализация | непосредственно при реализации мероприятий по привлечению и подбору соискателей в новой реальности могут быть полезны нейросети, генерирующие тексты, используемые в процессе создания профиля должности, описания вакансий |
| 7 | Контроль | контроль, а также оценка результатов, полученных по окончании реализации плана, могут осуществляться при использовании искусственного интеллекта [10] |
| 8 | Оценка результатов и внесение коррективов | |

Представляется уместным в контексте презентации использовать профильную вербально-графическую модель стратегического HR-маркетинга. Для этого обратимся к рис. 4 [9].

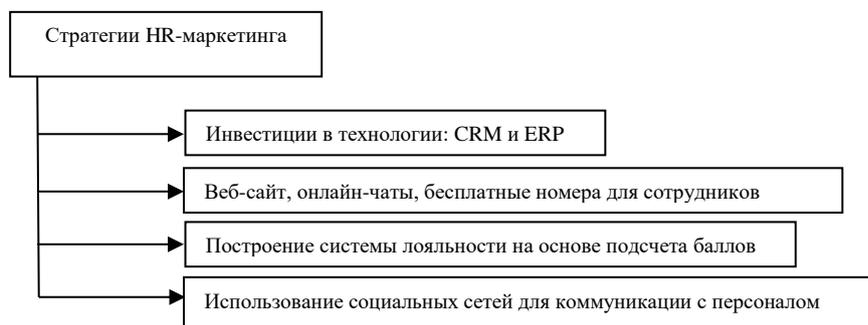


Рис. 4. Стратегический HR-маркетинг [6,7]

Ряд работ Г.В. Чумаченко заслуживает внимания в свете рассматриваемой проблемы [6,7]. Кандидат экономических наук, представитель научной школы ЛНР, описывает несколько стратегий, за реализацией которых, по мнению исследователя, последует рост уровня устойчивости взаимоотношений сотрудников и работодателя.

Заключение

Подводя итог, мы не можем не согласиться с мнением экспертов НИУ ВШЭ, которые уверены, что маркетинг персонала становится приоритетным направлением работы кадровой службы любой престижной организации, так как цели и задачи его напрямую связаны с миссией компании, а системная работа с персоналом обеспечивает преемственность HR-процессов [9].

Литература

1. Андрианов А.Ю. Сущность, функции и подходы к пониманию кадрового маркетинга // НПЖ «Диалог», 2023. – № 1.
2. Воронова А.А. Маркетинг персонала в системе государственной службы // Вестник науки, 2023. – № 6.
3. Ксенофонтова Т.Ю., Овчинников Д.Е., Утушкина А.Е. Региональный маркетинг персонала: информационное сопровождение и этапы развития // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, 2022. – № 11-1.
4. Саенко И.И., Косян М.С., Паненкова Н.Н. Применение маркетинга персонала при решении проблемы текучести кадров в организации // Деловой вестник предпринимателя, 2023. – № 1.
5. Фатеева Н.Б., Симачкова Н.Н., Петрова Л.Н., Чупина И.П., Петрякова С.В. Что такое маркетинг персонала и как его организовать // Образование и право, 2023. – № 9.
6. Чумаченко Г.В. Процесс построения долгосрочных, взаимовыгодных отношений с персоналом на основе маркетинга // Прикладные экономические исследования, 2023. – № 3. – С. 71–76.
7. Чумаченко Г.В. Оценка влияния имиджа компании с позиции привлекательности как фактор развития маркетинга персонала // Индустриальная экономика, 2022. – № 4.
8. Как большие данные могут помочь в решении кадровых проблем [Электронный ресурс]. URL: <https://spb.plus.rbc.ru/news/6422b0b17a8aa97975cb064f>.

9. Сущность маркетинга персонала. Центр развития компетенций в маркетинге Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. URL: https://marketing.hse.ru/blog/suschnost_marketinga_personala/.

10. Тренд автоматизации HR-процессов: как ИИ помогает кадровым специалистам [Электронный ресурс]. URL: <https://companies.rbc.ru/news/HCdKj6SxdS/trend-avtomatizatsii-hr-protseessov-kak-ii-pomogaet-kadrovym-spetsialistam/>.

11. Personnel Marketing for the Future. HRlab [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hrlab.de/en/hr-lexicon/personnel-marketing-for-the-future>.

12. Smart scheduling: How to solve workforce-planning challenges with AI [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/operations/our-insights/smart-scheduling-how-to-solve-workforce-planning-challenges-with-ai>.

УДК 339.138

В.Д. Любофеев

**МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА
АУДИТОРСКИХ УСЛУГ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

V.D. Lyubofeev

**MARKETING ASPECTS OF REGULATION
THE AUDITING SERVICES MARKET IN RUSSIA AND ABROAD**

Ключевые слова: аудит, государственный регулятор, стандарты аудита, стандарты образования, управление качеством, профессиональное развитие, регистрация аудиторов, аудиторские услуги, саморегулируемая организация, сертификация аудиторов, система регулирования.

Keywords: audit, state regulator, auditing standards, education standards, quality management, professional development, registration of auditors, audit services, self-regulating organization, certification of auditors, regulatory system.

Цель: провести сравнительное исследование практики регулирования рынка аудиторских услуг в экономически развитых странах и России, выделить ключевые аспекты, методы и инструменты регулирования, предложить направления развития регуляторной системы в РФ. Обсуждение: в мировой и российской практике признаны общественная значимость института аудита и необходимость регулирования рынка аудиторских услуг. Ключевыми аспектами регулирования рынка аудиторских услуг являются: определение сферы обязательного аудита, государственных и общественных регуляторов рынка, порядка допуска аудиторских компаний и аудиторов на рынок, формирование для аудиторов профессиональных и этических стандартов, организация системы внешнего контроля деятельности аудиторов. Результаты: российская практика регулирования аудита в ключевых аспектах соответствует международной, необходима ее дополнительная настройка в части состава подлежащих обязательному аудиту организаций, разделения полномочий и сфер контроля между профильными органами, обеспечения притока новых кадров в аудиторские компании.

Purpose: to conduct a comparative study of the practice of regulating the audit services market in economically developed countries and Russia, identify key aspects, methods and tools of regulation, and propose directions for the development of the regulatory system in the Russian Federation. Discussion: in world and Russian practice, the public importance of the audit institute and the need to regulate the audit services market are recognized. The key aspects of regulating the audit services market are: determining the scope of mandatory audit, state and public market regulators, the procedure for admission of audit companies and auditors to the market, the formation of professional and ethical standards for auditors, and the organization of an external control system for auditors. Results: the Russian practice of audit regulation in key aspects corresponds to the international one, it needs additional adjustment in terms of the composition of organizations subject to mandatory audit, the division of powers and areas of control between relevant bodies, ensuring the influx of new personnel into audit companies.

Электронный адрес: lvd.audit@gmail.com

Введение

Российский рынок аудиторских услуг начал свое развитие значительно позже аналогичных рынков во многих других странах. Минфин России публикует статистическую информацию о нем с 2005 года. Вместе с тем сегодня имеет место постоянное относительное сокращение рынка услуг аудиторов (рис. 1). Одновременно с 2011 года сокращалось и число субъектов аудиторской деятельности (рис. 2, 3, 4).

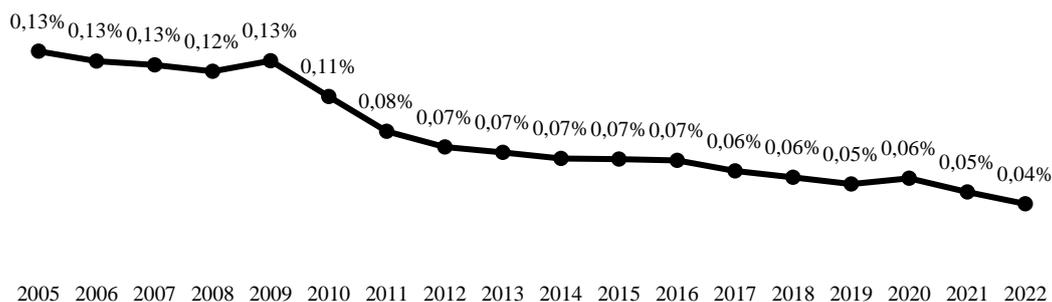


Рис. 1. Доля услуг аудиторов в ВВП с 2005 по 2022 г. (%), расчеты автора на основе официальных данных [2,8]

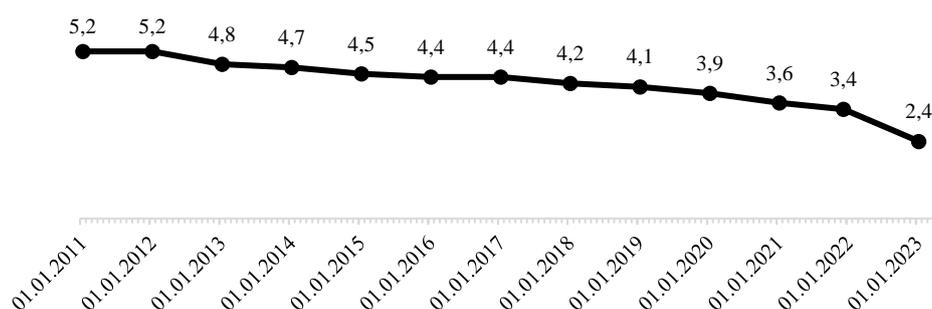


Рис. 2. Количество аудиторских организаций с 2011 по 2023 г. (тыс.) [8,9]

К концу 2022 года на рынке осталось лишь 2,4 тыс. аудиторских организаций (46% от их числа на начало 2011 года), 0,3 тыс. индивидуальных аудиторов (33% от их числа на начало 2011 года) и 16398 чел. аттестованных аудиторов (62% от их числа на начало 2011 года). Сопровождается это крайне слабым притоком новых кадров на рынок аудиторских услуг и существующий кадровый голод может продлиться до семи лет [10].

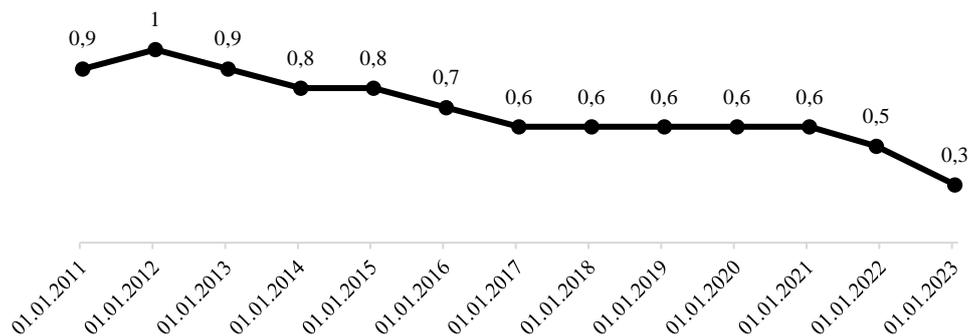


Рис. 3. Количество индивидуальных аудиторов с 2011 по 2023 г. (тыс. чел.) [8,9]

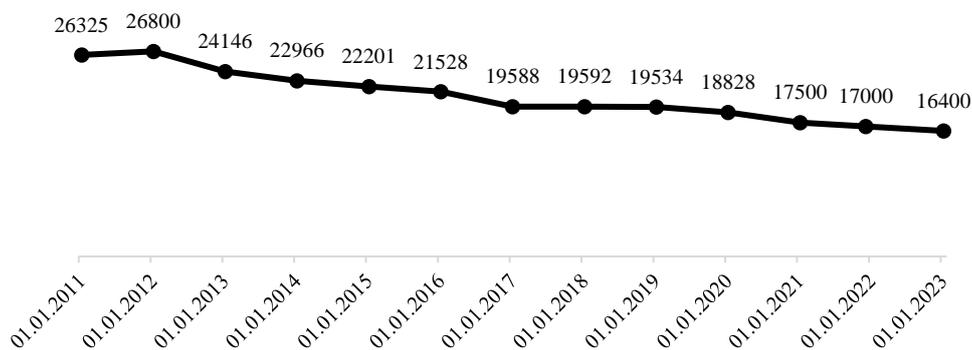


Рис. 4. Количество аттестованных аудиторов с 2011 по 2023 г. (чел.) [8,9]

В мировой практике признана необходимость государственного регулирования аудита, определения форм и методов регулирования рынка аудиторских услуг как инфраструктурной отрасли финансового рынка и инструмента финансового контроля государственного сектора экономики [4].

Методы

В процессе проведения исследования изучались национальное и зарубежное отраслевое законодательство, публикации в печатных источниках и сети интернет, экспертные мнения представителей аудиторского сообщества. Выявлялись общие и специфические черты систем регулирования, анализировались их достоинства и недостатки, возможности и препятствия внедрения лучших зарубежных методов в российскую практику.

Результаты

Системы регулирования рынка аудиторских услуг различных стран включают в себя следующие ключевые аспекты:

- определение государственных и саморегулируемых регуляторов рынка аудиторских услуг;
- формирование механизмов допуска аудиторских компаний и аудиторов на рынок аудиторских услуг;
- требования к аудиторам в части начального профессионального развития и непрерывного профессионального развития;
- определение круга организаций, подлежащих обязательному аудиту и общественно значимых организаций;
- стандарты аудита и управления качеством аудиторских услуг;
- порядок контроля качества аудиторских услуг и наложения санкций за нарушение требований законодательства при их оказании;
- этические требования к аудиторам и правила независимости.

Законодательство исследованных стран использует аудит в традиционной роли инструмента корпоративного управления и повышения надежности финансовой отчетности (табл. 1). Установлены требования подтверждения аудиторами достоверности ежегодной финансовой (бухгалтерской) отчетности и некоторой другой информации. При этом в странах, входящих в Евросоюз (Германия, Франция, Италия), законодательство базируется на общеевропейских директивах и регламентах.

Таблица 1

Законодательство, использующее аудит в качестве инструмента корпоративного управления и повышения надежности финансовой (бухгалтерской) отчетности

| Страна | Нормативный акт |
|--------|---|
| США | Закон о фондовых биржах (Securities Exchange Act) |
| Китай | Закон о компаниях (Company Law of the People's Republic of China) |
| | Закон о предприятиях с иностранным участием (Law of the People's Republic of China on Wholly Foreign-Owned Enterprises) |
| | Закон о совместных китайско-иностранных акционерных предприятиях (Law of the People's Republic of China on Chinese-Foreign Equity Joint Ventures) |

| Страна | Нормативный акт |
|----------------|--|
| Китай | Закон о китайско-иностранных кооперативных предприятиях (Law of the People's Republic of China on Sino-Foreign Cooperative Enterprises) Закон КНР о коммерческих банках (Law of the People's Republic of China on Commercial Banks) Закон Китайской Народной Республики о банковском регулировании и надзоре (Law of the People's Republic of China on Banking Regulation and Supervision) Закон о ценных бумагах Китайской Народной Республики (Securities Law of the People's Republic of China) Закон о страховании Китайской Народной Республики (Insurance Law of the People's Republic of China) |
| Япония | Торговый кодекс (Commercial Code) Закон о финансовых инструментах и биржах (Financial Instruments and Exchange Act) Закон о компаниях (Companies Act) |
| Германия | Коммерческий кодекс Германии (Handelsgesetzbuch (HGB)) |
| Индия | Закон о компаниях (Companies Act) |
| Великобритания | Закон о компаниях (Companies Act) |
| Франция | Коммерческий кодекс (Code de commerce) |
| Италия | Директива 2014/56/ЕС об обязательном аудите годовой отчетности и консолидированной отчетности |
| Бразилия | Закон о корпорациях № 6404/76 от 15.12.1976 |
| Канада | Закон о коммерческих корпорациях Канады (Canada Business Corporations Act) и Законы о коммерческих корпорациях провинций |

В исследованных нами странах в области аудиторской деятельности существует отдельное специальное законодательство: законы, положения, национальные акты (табл. 2). Это законодательство устанавливает требования к аудиторским компаниям, аудиторам и порядку их работы на рынке, а также описывает систему регулирования аудиторской деятельности.

Таблица 2

Специальное законодательство в области аудиторской деятельности

| Страна | Нормативный акт |
|----------------|--|
| США | Закон Сарбейнса-Оксли (Sarbanes-Oxley Act) |
| Китай | Закон об аудите КНР (Audit Law of the People's Republic of China) Закон КНР о сертифицированных общественных бухгалтерях (Law of the People's Republic of China on Certified Public Accountants) [12] |
| Япония | Закон о сертифицированных бухгалтерях (Certified Public Accountants Act) |
| Германия | Закон о профессиональном регулировании аудиторов (Gesetz über eine Berufsordnung der Wirtschaftsprüfer (Wirtschaftsprüferordnung)) Директива 2014/56/ЕС об обязательном аудите годовой отчетности и консолидированной отчетности Регламент (ЕС) № 537/2014 о конкретных требованиях, касающихся обязательного аудита общественно значимых организаций |
| Индия | Закон о сертифицированных бухгалтерях (The Chartered Accountants Act) |
| Великобритания | Положение о внешних аудиторах и аудиторах третьих стран (The Statutory Auditors and Third Country Auditors Regulations) |
| Франция | Директива 2014/56/ЕС об обязательном аудите годовой отчетности и консолидированной отчетности Регламент (ЕС) № 537/2014 о конкретных требованиях, касающихся обязательного аудита общественно значимых организаций |
| Италия | Законодательный декрет № 39 от 27 января 2010 г., применимый ко всем обязательным аудитам Законодательный декрет № 58 от 24 февраля 1998 года, применимый к аудиту общественно значимых организаций (включая публичные компании, финансовые институты, страховые компании и пенсионные фонды) Регламент (ЕС) № 537/2014 о конкретных требованиях, касающихся обязательного аудита общественно значимых организаций |
| Бразилия | Закон 9295/46 (Decree Law 9295/46) |
| Канада | Национальный акт 52-108 об аудиторском надзоре (National Instrument 52-108 Auditor Oversight) |

Государственное регулирование рынка аудиторских услуг опирается преимущественно на четыре механизма регулирования социально-экономических процессов: административный, экономический, этический и самоуправляемый [3]. В институциональной практике регулирования аудита возможно использование нескольких моделей: государственное регулирование, саморегулирование и смешанное регулирование. На вершине системы регулирования аудита обычно располагается государственный регулятор (табл. 3).

Таблица 3

Государственные регуляторы рынка аудиторских услуг

| Страна | Организации |
|----------------|---|
| США | Комиссия по ценным бумагам и биржам США (Securities and Exchange Commission) Счетная палата США (Government accountability office) |
| Китай | Министерство финансов Китайская комиссия по ценным бумагам и регулированию (China Securities Regulatory Commission) |
| Япония | Агентство финансовых услуг (Financial Services Agency) |
| Германия | Федеральное министерство экономики и защиты климата (Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz) |
| Индия | Национальное управление финансовой отчетности (National Financial Reporting Authority) |
| Великобритания | Совет по финансовой отчетности (Financial Reporting Council) Ирландский орган по надзору за аудитом и бухгалтерским учетом (Irish Auditing and Accounting Supervisory Authority) |
| Франция | Высший совет по обязательному аудиту (Le Haut conseil du commissariat aux comptes (H3C), действующий под контролем Министерства юстиции) |

| Страна | Организации |
|----------|---|
| Италия | Министерство экономики и финансов Национальная комиссия по делам компаний и фондовой биржи |
| Бразилия | Комиссия по ценным бумагам и биржам (Securities Exchange Commission) |
| Канада | Негосударственная корпорация без акционерного капитала Канадский совет по публичной отчетности (Canadian Public Accountability Board) |

В качестве факторов, которые следует учитывать при оценке степени общественной заинтересованности в финансовом состоянии предприятия, рассматриваются:

- характер бизнеса или деятельности, например, принятие финансовых обязательств перед общественностью как часть основной деятельности организации;
- подлежит ли организация регулируемому надзору, предназначенному для обеспечения уверенности в том, что организация выполнит свои финансовые обязательства;
- размер организации;
- важность организации для сектора, в котором она работает, включая то, насколько легко заменима она в случае финансового краха;
- количество и характер заинтересованных сторон, включая инвесторов, клиентов, кредиторов и сотрудников;
- потенциальное системное воздействие на экономику в целом в случае финансового банкротства организации [13].

В качестве примера общественно значимых организаций приведены:

- организация, ценные бумаги которой обращаются на организованном рынке ценных бумаг;
- организация, одной из основных функций которой является прием депозитов от населения;
- организация, одной из основных функций которой является страхование населения.

Полномочия по контролю деятельности аудиторских компаний, не проводящих обязательный аудит, вопросы обучения и аттестации auditors, методическое обеспечение деятельности auditors обычно передаются саморегулируемым организациям (табл. 4).

Таблица 4

Саморегулируемые организации на рынке аудиторских услуг

| Страна | Организации |
|----------------|---|
| США | Совет по надзору за бухгалтерской отчетностью публичных компаний (Public Company Accounting Oversight Board (PCAOB)) Американский институт сертифицированных бухгалтеров (American Institute of Certified Public Accountants (AICPA)) Саморегулируемые организации на уровне штатов, координируемые Американским институтом сертифицированных бухгалтеров |
| Китай | Китайский институт сертифицированных бухгалтеров (Chinese Institute of Certified Public Accountants (CICPA)) |
| Япония | Японский институт сертифицированных бухгалтеров (Japanese Institute of Certified Public Accountants (JICPA)) |
| Германия | Палата аудиторских (Wirtschaftsprüferkammer (WPK)) Институт общественных auditors Германии, Объединенная ассоциация (Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V. (IDW)) |
| Индия | Институт сертифицированных бухгалтеров Индии (Institute of Chartered Accountants of India (ICAI)) |
| Великобритания | Британская ассоциация сертифицированных присяжных бухгалтеров (Association of Chartered Certified Accountants (ACCA)) Ирландские сертифицированные бухгалтеры (Chartered Accountants Ireland (CAI)) Институт присяжных бухгалтеров Англии и Уэльса (Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW)) Институт сертифицированных бухгалтеров Шотландии (Institute of Chartered Accountants of Scotland (ICAS)) Ассоциация международных бухгалтеров (Association of International Accountants (AIA)) |
| Франция | Национальная компания auditors (Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes (CNCC)) Национальный совет Ордена сертифицированных бухгалтеров (CNOEC) |
| Италия | Национальный совет сертифицированных бухгалтеров и экспертов по бухгалтерскому учету (Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili (CNDCEC)) Национальный институт auditors (Istituto Nazionale Revisori Legali (INRL)) Итальянская ассоциация auditors бухгалтерского учета Associazione Italiana Revisori Contabili (ASSIREVI) |
| Бразилия | Федеральный совет бухгалтерского учета (Federal Council of Accounting (CFC)) Бразильский институт независимых auditors (Brazilian Institute of Independent Auditors (IBRACON)) |
| Канада | Общество сертифицированных профессиональных бухгалтеров Канады Chartered professional accountants Canada (CPA Canada) |

В качестве инструментов допуска аудиторских компаний и auditors на рынок аудиторских услуг используется регистрация аудиторских компаний в различных реестрах, дающая право на оказание услуг как на рынке в целом, так и в отдельных рыночных сегментах. Auditors должны сдавать экзамены на право занятия профессиональной деятельностью, причем в некоторых странах существуют различные уровни аттестации auditors, определяющие права на аудит организаций разной общественной значимости (табл. 5).

Специфической маркетинговой особенностью аудита является отделение потребителя услуги, не являющегося стороной договора о проведении аудита и зачастую вообще не контактирующего с аудитором, от заказчика услуги – аудируемого лица. Указанная особенность делает аудит в значительной степени доверительным благом [1,5]. В целях компенсации риска несоответствия качества услуги представлениям потребителей Международной федерацией бухгалтеров (International Federation of Accountants (IFAC)) были введены Международные стандарты аудита (International Standard on

Auditing (ISA) и Международный стандарт управления качеством (International Standard on Quality Management (ISQM). Используемые в различных странах стандарты оказания аудиторских услуг и управления их качеством в значительной степени унифицированы с международными стандартами.

Таблица 5

Инструменты допуска аудиторских компаний и аудиторов
на рынок аудиторских услуг

| Страна | Инструменты допуска |
|----------------|---|
| США | Совет по надзору за бухгалтерской отчетностью публичных компаний (PCAOB) осуществляет регистрацию аудиторских компаний, проводящих аудит публичных эмитентов ценных бумаг, брокеров или дилеров. Саморегулируемые организации на уровне штатов осуществляют лицензирование аудиторов-профессионалов с присвоением звания сертифицированного общественного бухгалтера (certified public accountants (CPA), дающее право проводить обязательный аудит публичных компаний. Американский институт сертифицированных бухгалтеров (AICPA) разрабатывает порядок проведения и оценки результатов экзамена на звание сертифицированного бухгалтера (CPA). |
| Китай | Финансовыми департаментами провинциальных правительств проводится лицензирование аудиторов. Аудиторские компании, проводящие аудит публичных организаций в дополнение к обычной лицензии должны иметь лицензию Министерства финансов и Китайской комиссии по ценным бумагам и регулированию (CSRC). Аудиторы должны быть членами местных подразделений CICPA. Аудитор принимается в члены CICPA и получает сертификат CPA после одобрения его кандидатуры Министерством финансов. Финансовые департаменты провинциальных правительств осуществляют выдачу лицензий на ведение аудиторской деятельности аудиторским фирмам. |
| Япония | Агентство финансовых услуг (FSA) осуществляет регистрацию аудиторских компаний. Все аудиторы должны быть членами Японского института сертифицированных бухгалтеров (JICPA). |
| Германия | Палата аудиторов (WPK) осуществляет допуск на рынок и ведет реестр аудиторов и аудиторских компаний |
| Индия | Институт сертифицированных бухгалтеров Индии (ICAI) ведет реестр аудиторских компаний и аудиторов. |
| Великобритания | Совет по финансовой отчетности (FRC) регистрирует аудиторов общественно значимых организаций, является независимым руководителем генеральных аудиторов (назначенных Парламентом аудиторов для проверки государственного сектора). Аудиторская компания должна быть зарегистрирована в одной из саморегулируемых организаций. Закон о компаниях определяет подробные требования к образованию и квалификации/сертификации аудиторов. |
| Франция | Высший совет по обязательному аудиту (НЗС) ведет регистрацию аудиторских компаний и индивидуальных аудиторов. Индивидуальные аудиторы и аудиторские компании должны быть членами Национальной компании аудиторов (CNCC). |
| Италия | Внешние аудиторы (Revisori Legali) должны быть внесены в реестр внешних аудиторов, который ведется Министерством экономики и финансов (MEF) Имеется две отдельные категории аудиторов: Dottori Commercialisti проводят инициативный аудит и оказывают иные аудиторские услуги. Они должны быть членами Национального совета сертифицированных бухгалтеров и экспертов по бухгалтерскому учету (CNDCEC) Revisori Legali – проводят аудит общественно значимых организаций. Они должны быть зарегистрированы в Министерстве экономики и финансов (MEF) |
| Бразилия | Аудиторы публичных организаций должны быть зарегистрированы в Комиссии по ценным бумагам и биржам (Securities and Exchange Commission (CVM) Аудиторы должны быть зарегистрированы в Национальном Кадастре Независимых Аудиторов (Cadastro Nacional dos Auditores Independentes (CNAI), который ведут Региональные советы по бухгалтерскому учету (Regional Accounting Councils CRC), являющиеся территориальными подразделениями Федерального совета по бухгалтерскому учету (CFC). |
| Канада | Канадский совет по публичной отчетности (CPAB) осуществляет регистрацию аудиторских фирм, которые проверяют эмитентов публично размещаемых ценных бумаг. Провинциальные подразделения CPO Сертифицированных профессиональных бухгалтеров (CPA) ведут реестр аудиторов на своей территории. |

Аудиторы при оказании услуг также должны соблюдать этические требования, включая требования к независимости. На международном уровне эти требования стандартизированы Международной федерацией бухгалтеров в Международном кодексе этики, на основе которого в отдельных странах приняты национальные Кодексы этики.

Обсуждение

В РФ для регулирования аудита использовались четыре механизма регулирования социально-экономических процессов (табл. 6).

Таблица 6

Эволюция регулирования рынка аудиторских услуг в РФ

| Период | Основное отраслевое законодательство | Используемые механизмы регулирования |
|----------------------------------|---|--|
| до 12.12.1993 г. | отсутствовало | экономический |
| с 22.12.1993 г. по 13.12.2001 г. | Указ Президента РФ от 22.12.1993 г. N 2263 "Об аудиторской деятельности в Российской Федерации" (вместе с "Временными правилами аудиторской деятельности в Российской Федерации") | административный, экономический, этический |
| с 09.09.2001 г. по 31.12.2010 г. | Федеральный закон от 07.08.2001 г. N 119-ФЗ "Об аудиторской деятельности"; Федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности" | административный, экономический, этический, самоуправления |

Окончание таблицы 6

| Период | Основное отраслевое законодательство | Используемые механизмы регулирования |
|------------------------------------|---|--|
| с 01.01.2009 г. по настоящее время | Федеральный закон от 30.12.2008 г. N 307-ФЗ "Об аудиторской деятельности"; Федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности"; Международные стандарты аудита; Международные стандарты управления качеством; Правила независимости аудиторов и аудиторских организаций; Кодекс профессиональной этики аудиторов | административный, экономический, этический, самоуправления |

До выхода Указа Президента РФ от 22.12.1993 N 2263 «Об аудиторской деятельности в Российской Федерации» (вместе с «Временными правилами аудиторской деятельности в Российской Федерации») рынок аудита регулировался исключительно экономическими методами, аналогично рынку любых других услуг. Указ ознаменовал признание отрасли общественно значимой и начало использования административных и этических методов регулирования аудита. Постепенно возрастает количество и увеличивается «высота» барьеров, препятствующих как входу на рынок, так и охвату аудиторами отдельных рыночных сегментов, вводятся требования к кадровому составу аудиторских компаний и типу квалификационного аттестата аудиторов в целях допуска их к оказанию услуг различным категориям общественно значимых организаций [6,7,11].

Заключение

Итак, исследование отдельных маркетинговых аспектов регулирования рынка аудиторских услуг в России и за рубежом показало схожесть ключевых принципов используемых регуляторных систем. В РФ в ходе эволюции регулирования рынка аудиторских услуг были опробованы различные варианты, а используемая система соответствует лучшим моделям принятой международной практике. Необходима дополнительная настройка российской системы регулирования рынка аудиторских услуг в отдельных частях: составе подлежащих обязательному аудиту организаций, разделения полномочий и сфер контроля между контрольными органами, обеспечения притока новых кадров в аудиторские компании.

Литература

1. Аузан А.А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 160 с.
2. Валовой внутренний продукт годовые данные [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/94cQBbmp/tab1.htm>.
3. Гутцайт Е.М. Рынок аудиторских услуг: функционирование, статистическое наблюдение, анализ состояния – М.: ВивидАрт, 2015. – 296 с.
4. Емченко Л.Ю. Зарубежный опыт организации и осуществления аудиторской деятельности // Международный научный журнал «Инновационная наука». – 2016. – № 7-8. – С. 95-99.
5. Итыгилова Е.Ю. Институциональная сущность аудита бухгалтерской отчетности // Аудитор, 2015. – № 7. – С. 16-25.
6. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации – Федеральный закон от 01.12.2014 N 403-ФЗ.
7. Об аудиторской деятельности – Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ.
8. Основные показатели рынка аудиторских услуг в Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: https://minfin.gov.ru/ru/performance/audit/audit_stat/.
9. Реестры действительных членов и выданных аттестатов [Электронный ресурс]. URL: <https://sroaas.ru/reestr/>.
10. Старый кадр лучше, новых нет – Газета Коммерсантъ № 214 (7176) от 25.11.2021.
11. 20 лет. Аудит и консалтинг 1996-2016. Юбилейное издание рейтингового агентства RAEX (Эксперт РА). – Москва, 2016. – 129 с.
12. Law of the People's Republic of China on Certified Public Accountants [Электронный ресурс]. URL: <http://en.pkulaw.cn/display.aspx?cgid=233281&lib=law>.
13. Revisions to the Definitions of Listed Entity and Public Interest Entity in the Code [Электронный ресурс]. URL: https://www.ifac.org/_flysystem/azure-private/publications/files/IESBA-Final-Pronouncement_Listed-Entity-and-Public-Interest-Entity.pdf.

УДК 659:339.138

Е.И. Макринова, Е.В. Матузенко, Д.Д. Одарченко

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПОПУЛЯРНЫХ МЕДИА-ПЛАТФОРМ
(НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»)**

E.I. Makrinova, E.V. Matuzenko, D.D. Odarchenko

**MARKETING RESEARCH OF ADVERTISING OPPORTUNITIES
OF POPULAR MEDIA PLATFORMS (USING THE EXAMPLE
OF THE VKONTAKTE SOCIAL NETWORK)**

Ключевые слова: маркетинговые исследования, медиа-платформы, ВКонтакте, целевая аудитория, пользователи, экономическая эффективность, цифровизация, рекламные кампании.

Keywords: marketing research, media platforms, VKontakte, target audience, users, economic efficiency, digitalization, advertising campaigns.

Цель: исследование целевой аудитории и ключевых функциональных характеристик социальной сети «ВКонтакте» для выявления потенциала роста и оценки эффективности рекламных кампаний на данной цифровой площадке. Обсуждение: в настоящее время импортозамещение в России затронуло практически все виды экономической деятельности. Бизнес в России переориентировался на продвижение на отечественных медиа-платформах. Одной из наиболее популярных для запуска рекламной кампании признается социальная сеть «ВКонтакте». В статье систематизированы преимущества, недостатки и особенности функционирования данной медиа-платформы, проанализирована ее целевая аудитория, исследованы разновидности размещаемой рекламы. Авторами предложен алгоритм продвижения бизнеса с помощью рекламы «ВКонтакте», а также показатели оценки эффективности рекламных коммуникаций. Результаты: разработанный алгоритм направлен на получение эффективных результатов реализуемых коммуникационных кампаний на основе системного использования совокупности цифровых инструментов и рекламных форматов, а предложенный методический подход позволит дать количественную оценку результативности рекламных коммуникаций.

Purpose: research of the target audience and key functional characteristics of the VKontakte social network to identify growth potential and evaluate the effectiveness of advertising campaigns on this digital platform. Discussion: Currently, import substitution in Russia has affected almost all types of economic activity. Business in Russia has refocused on promotion on domestic media platforms. The social network VKontakte is recognized as one of the most popular for launching an advertising campaign. The article systematizes the advantages, disadvantages and features of the functioning of this media platform, analyzes its target audience, and explores the types of advertising placed. The authors proposed an algorithm for promoting business using VKontakte advertising, as well as indicators for assessing the effectiveness of advertising communications. Results: the developed algorithm is aimed at obtaining effective results of implemented communication campaigns based on the systematic use of a set of digital tools and advertising formats, and the proposed methodological approach will make it possible to quantify the effectiveness of advertising communications.

Электронный адрес: makrinovaei@mail.ru, matuzenko.yelena@bk.ru, kaf-gtskr@bukep.ru

Введение

Переориентация российского бизнеса на отечественные медиа-платформы способствовала увеличению функциональных характеристик социальной сети «ВКонтакте», что в конечном итоге привело не только к росту пользователей социальной сети, но и увеличению количества рекламодателей. В настоящее время социальная сеть «ВКонтакте» стала одной из ключевых медиа-площадок для российского бизнеса. С учетом изменившихся условий функционирования, на наш взгляд, назрела необходимость проведения дополнительных исследований с целью выявления потенциала роста и оценки эффективности рекламных кампаний на данной цифровой площадке.

Методы

Исследование проводилось на основе отечественных и зарубежных теоретических и методических разработок в области маркетингового сопровождения бизнеса в социальных медиа, а также по проблемам цифровизации рекламных услуг; материалы научных изданий по различным аспектам указанной проблематики. Базой для осуществления аналитической работы послужили данные аналитических агентств, публикации, наблюдения и выводы коллектива авторов, полученные в ходе исследования. Методология исследования основана на системном подходе к анализу проблем эффективности используемых рекламных форматов и инструментов в цифровой среде. В ходе проведенного исследования авторы опирались на разработки отечественных авторов: Бондаревой О.Г. [2], Егоровой О.А. [4], Юлдашевой О.У. [9], Шевченков Д.А. [8] с соавторами по проблемам эффективности рекламы в интернет-среде, раскрывающие возможности использования цифровизации как универсального инструмента продвижения и коммуникации с целевой аудиторией. Отдельные положения ранее выполненных научных изысканий авторов [1,5,10] получили в данной статье дальнейшее развитие в части обоснования перспектив роста эффективности рекламных кампаний на одной из наиболее популярных отечественных медиа-площадок с учетом изменившихся условий функционирования.

Результаты

Аналитические данные маркетинговых агентств, проведенные опросы пользователей не дают четкой последовательности проведения рекламной кампании с учетом изменившегося функционала медиа-платформы. В отсутствие единых методических подходов к разработке рекламной кампании в социальной сети «ВКонтакте» нами выделены и систематизированы преимущества и основные функциональные характеристики, а также потенциальные недостатки использования цифровой платформы для продвижения бизнеса (рис. 1).

Отправным этапом маркетингового исследования возможностей «ВКонтакте» в качестве рекламной площадки объективно выступает характеристика целевой аудитории. «ВКонтакте» – это одна из самых популярных и многофункциональных медиа платформ, которая обладает огромной аудиторией по всему миру. Созданная в 2006 году, она имеет обширную базу пользователей, при этом, как показало проведенное исследование их количество постоянно растет, достигнув в 2023 году 100 млн чел. (рис. 2).

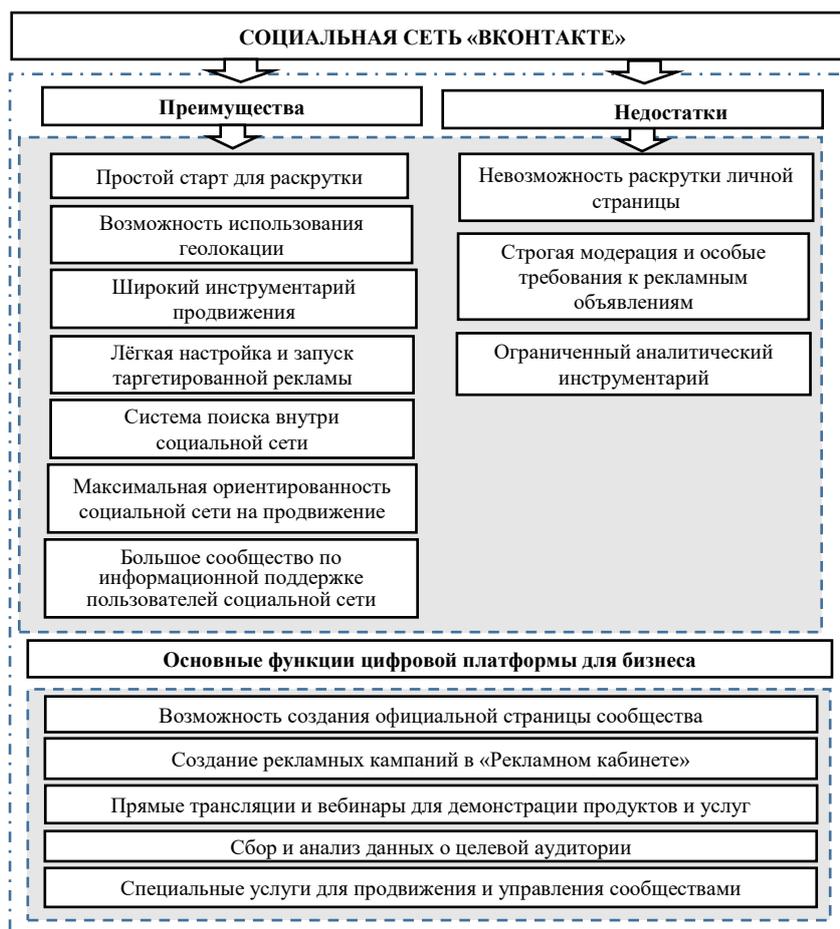


Рис. 1. Систематизация преимуществ, недостатков и особенностей функционирования социальной сети «ВКонтакте» (составлено авторами)

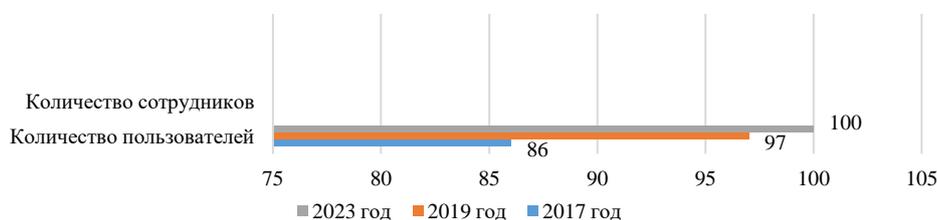


Рис. 2. Динамика количества пользователей социальной сети «ВКонтакте» за 2017-2023 гг., млн чел. [9]

Исследование выявило определенные региональные различия в доле целевой аудитории «ВКонтакте» в общем числе пользователей социальных сетей, где наибольшие показатели приходятся на г. Санкт-Петербург (42,52%) и республике Карелии (37,17%), а наименьшая – Республика Коми (28,32%) и Ненецкий автономный округ (28,99%) [9]. Большую часть пользователей составляют женщины (62%), по возрасту целевая аудитория распределилась следующим образом: наибольшую долю составляют лица в возрасте от 35 до 44 лет (27,06%), а наименьшую – лица в возрасте до 18 лет (7,88%), посещение медиа-платформы осуществляется как с мобильного устройства (64%), так и со стационарных компьютеров (36%) (рис. 3).



Рис. 3. Распределение целевой аудитории «ВКонтакте» по признакам сегментации, % [9]

За последние три года в социальной сети «ВКонтакте» наблюдалась тенденция увеличения как количества авторов, так и публикуемого ими контента. При этом количество запросов пользователей социальной сети «ВКонтакте» в поисковике Яндекс напротив, снизилось (рис. 4).

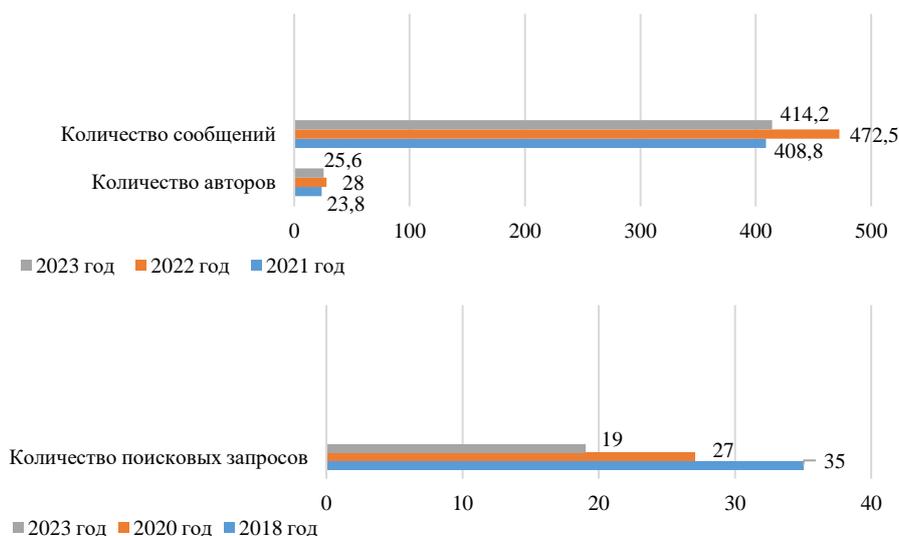


Рис. 4. Динамика показателей активности пользователей «ВКонтакте», млн просмотров [9]

Наибольшей популярностью у целевой аудитории пользуются сервисы просмотра видео: VK Видео (1960 млн просмотров) и VK Клипы (800 млн просмотров) (рис. 5).

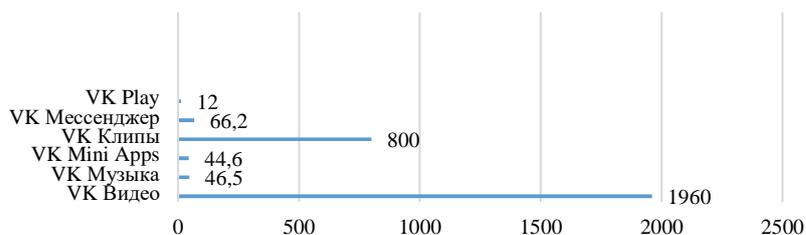


Рис. 5. Количество действий по различным сервисам «ВКонтакте» за IV кв.2023г., млн просмотров [9]

Основные виды рекламы, размещаемой в новостной ленте (между пользовательскими публикациями, либо в виде тексто-графических объявлений слева под главным меню) отражены на рис. 6.

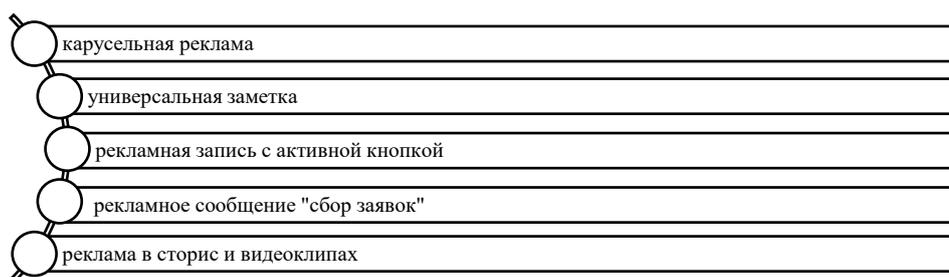


Рис. 6. Виды рекламы, размещаемой в новостной ленте «ВКонтакте»

При помощи карусельной рекламы можно не только показать товар или услугу, но и перечислить его преимущества. Универсальная заметка, размещенная на стене сообщества – рекламный формат, в котором кроме текста, можно использовать фото и видео. Рекламная запись с активной кнопкой позволяет пользователям (при ее нажатии) перейти на внешний ресурс, например, веб-сайт компании или сообщества, способствуя привлечению дополнительное количество подписчиков или клиентов. С целью приобретения личных данных пользователей используется рекламное сообщение «сбор заявок», в котором, как правило, участников просят заполнить анкеты, предлагая при этом разнообразные лид-магниты. Реклама в сторис и видеоклипах, по мнению маркетологов, наиболее эффективна для увеличения трафика на веб-сайт компании и числа подписчиков, поскольку ее можно настроить с переходом на внешние ресурсы (веб-сайт компании, интернет-магазин, сообщества социальной сети) [8]. Несмотря на наличие множества цифровых инструментов рекламы в социальных сетях, следует признать, что они не всегда приносят эффективные результаты, т.к. зачастую предприниматели не считают нужным их применять в своей деятельности, или делают это бессистемно. В связи с этим, авторами статьи была предпринята попытка разработки алгоритма продвижения бизнеса с помощью рекламы «ВКонтакте», позволяющего конкретизировать цели, задачи и способы продвижения на каждом из этапов рекламной кампании (рис. 7).

Обсуждение

Для получения объективной оценки результатов рекламной кампании по таким ключевым направлениям как: повышение охвата целевой аудитории; увеличение числа подписчиков сообщества; повышение числа конверсий; сбор заявок с лид-формы, авторами предложены соответствующие эффективности и методы их расчета (таблица).

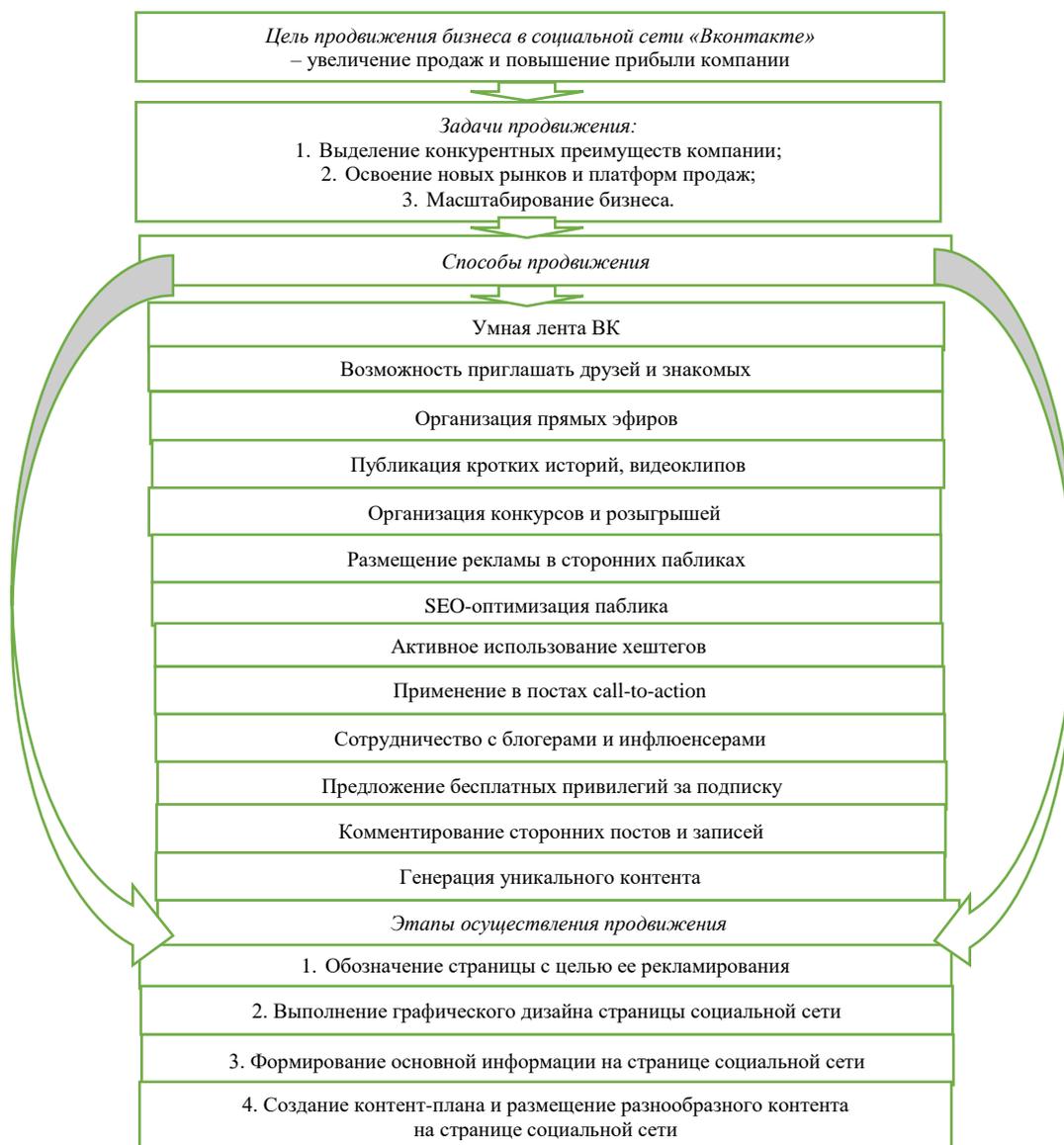


Рис. 7. Алгоритм продвижения бизнеса с помощью рекламы «ВКонтакте»

Использование сформированного методического подхода позволит проанализировать привлекательность объявления для аудитории, узнаваемость бренда, информированность о событии или акции, будет способствовать повышению лояльности целевой аудитории, и, в конечном итоге, росту числа покупок.

Таблица

Показатели эффективности рекламы «ВКонтакте» и их характеристика

| Показатели эффективности рекламы | Методика расчета |
|--|---|
| Метрики рекламы ВКонтакте для повышения охвата | |
| Ц _о (цена охвата) | $C_o = \frac{3}{K_n} \times 1000$, где 3 – затраты; K _n - количество показов |
| Ц _{пв} (цена просмотра видео) | $C_{пв} = \frac{3}{K_{пв}}$, где K _{пв} - количество просмотров видео |
| Метрики рекламы ВКонтакте для увеличения числа подписчиков сообщества | |
| Ц _ф (цена фолловера) | $C_f = \frac{3}{K_{нп}}$, где K _{нп} - количество новых фолловеров |
| П _в (показатель вовлеченности) | $P_v = \frac{O_{кр}}{K_{пп}} \times 100$, где O _{кр} - общее количество реакций на пост; K _{пп} - количество просмотров поста |
| Метрики рекламы ВКонтакте для повышения числа конверсий | |
| CTR (кликабельность) | $CTR = \frac{K_k}{K_n} \times 100$, Где: K _к - количество кликов; K _п - количество показов |

| Показатели эффективности рекламы | Методика расчета |
|---|---|
| C_{κ} (цена за клик) | $C_{\kappa} = \frac{3}{K_{\kappa}}$ |
| Метрики рекламы ВКонтакте для сбора заявок с лид-формы | |
| $C_{\text{з}}$ (цена заявки) | $C_{\text{з}} = \frac{3}{K_{\text{о}}}$, где $K_{\text{о}}$ - количество обращений |
| $C_{\text{ко}}$ (цена качественного обращения) | $C_{\text{ко}} = \frac{3}{K_{\text{ко}}}$, где $K_{\text{ко}}$ - количество качественных обращений |

Заключение

Проведенное исследование позволяет заключить, что в настоящее время медиа-платформа «ВКонтакте» характеризуется приростом целевой аудитории, количеством контента и авторов, для продвижения бизнеса имеются широкие функциональные возможности, включая современные форматы цифрового рекламного контента. Разработанный авторами алгоритм продвижения бизнеса с помощью рекламы «ВКонтакте» направлен на получение эффективных результатов реализуемых коммуникационных кампаний на основе системного использования совокупности цифровых инструментов и рекламных форматов, а предложенный методический подход позволит дать количественную оценку результативности рекламных коммуникаций.

Литература

1. Амирова Д.Р. Преимущества использования инструментов интернет-маркетинга для современных компаний // Экономика и бизнес: теория и практика, 2018. – № 2. – С. 14-18.
2. Бондарева О.Г. Продажи в российских соцсетях: как развивать личный бренд и привлекать b-2-b-лиды / О.Г. Бондарева, М.Ч. Гаипова, Е.С. Альтбегина // Интернет-маркетинг, 2023. – № 2. – С. 152-158.
3. Верник А.Г. Особенности и технологии распространения видеоконтента социальных медиа // Челябинский гуманитарий, 2012. – № 3. – С. 27-31.
4. Гавриков А.В., Давыдов В.А., Федоров М.В. Интернет-маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога. – М.: АСТ, 2019. – 352 с.
5. Егорова О.А. Факторы эффективности видеорекламы в цифровом маркетинге // Практический маркетинг, 2023. – № 7. – С. 35-40.
6. Иванова Т.Ю., Кочкова Я.А. Особенности маркетинга в социальных медиа в условиях цифровизации // Экономический журнал, 2018. – № 3. – С. 67-76.
7. Радкевич А.Л. Российский рынок интернет-рекламы: особенности современного этапа // Российский рекламный ежегодник, 2016. – М., 2017. – С. 210-239.
8. Шевченко Д.А. Понимание и методы современных исследований рекламных коммуникаций / Д.А. Шевченко, А.А. Воронов // Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах: Сборник научных трудов 12-й Международной научно-практической конференции. В 3-х томах, Курск, 21–22 февраля 2023 года. Том 2. – Курск: Курский филиал Финансового университета при Правительстве РФ, 2023. – С. 403-407.
9. Юлдашева О.У. Инновации маркетинговых моделей компаний в цифровой экономике: методология исследования и эмпирические результаты / О.У. Юлдашева, Г.В. Халиков, Д.Е. Пирогов // Трансграничные рынки товаров и услуг: проблемы исследования: Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции, Владивосток, 09–10 ноября 2021 года. – Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2021. – С. 15-18.
10. Составлено по данным: Статистика социальных сетей. [Электронный ресурс] // URL: <https://brandanalytics.ru/statistics/author>.
11. Crystal D. Internet Linguistics: A student guide. London: Routledge, 2011.
12. Wang X., Shi J., Wang Zh. Accurately Cognising the Digital Economy and Facilitating its Healthy and Sustainable Development in China // Sustainable Development and Engineering Economics, 2022. – № 3. – P. 61-74.

УДК 339.5

Р.М. Муртазин, Е.А. Фурсова, И.А. Шумакова

**ПРОИЗВОДСТВО, ЛОГИСТИКА И МАРКЕТИНГ
В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ:
УСПЕХ СОТРУДНИЧЕСТВА КИТАЯ И РОССИИ**

R.M. Murtazin, E.A. Fursova, I.A. Shumakova

**PRODUCTION, LOGISTICS AND MARKETING
IN TERMS OF GEOPOLITHIC INSTABILITY:
SUCCESS OF CHINA AND RUSSIA PARTNERSHIP**

Ключевые слова: мировая экономика, стратегическое партнёрство, промышленное производство, международная логистика, международный маркетинг, международное сотрудничество, внешнеэкономическая деятельность, Китай, Россия, металлургия, автопромышленный комплекс.

Keywords: world economy, strategic partnership, industrial production, international logistics, international marketing, international cooperation, foreign economic activity, China, Russia, metallurgy, automotive industry.

Цель: представить результаты исследования выявленных проблем и возможных решений в организации промышленного производства, международной логистики и управления маркетингом в условиях геополитической трансформации глобального рыночного пространства, вызовов времени и структурных сдвигов в мировой экономике. Обсуждение: в статье представлены подходы к устойчивому развитию, которые являются обоснованными и практически значимыми, предполагают целесообразность дальнейшего мониторинга, оценки и использования в деятельности производителей-экспортеров и потребителей-импортеров промышленной продукции. Результаты: в статье выяснены особенности и сформулированы закономерности производственной, внешнеэкономической, международной логистической и маркетинговой деятельности на примере предприятий китайского автопрома в нестабильной экономической ситуации. Отмечена и обоснована существенная роль стратегического партнёрства между Россией и Китаем с учетом национальных приоритетов развития.

Purpose: to present the main results of researching of identified problems and possible solutions in the organization of industrial production, international logistics and marketing management in the context of geopolitical transformation of the global market space, challenges of the time and structural shifts in the world economy. Results: the features were clarified and the patterns of production, foreign economic, international logistics and marketing activities were formulated using the example of Chinese automobile industry enterprises in an unstable economic situation. The significant role of the strategic partnership between Russia and China is noted and justified, taking into account the national development priorities of our countries. The presented approaches to sustainable development are scientifically grounded and practically significant, suggesting the advisability of further monitoring, assessment and use in the activities of manufacturers-exporters and consumers-importers of industrial products.

Электронный адрес: rinat.murtazin.01@mail.ru, fursovaelena@rambler.ru, Shumakova@bsu.edu.ru

Введение

Китай успешно использует любые возможности, даже негативные факторы, связанные с пандемией и нестабильной геополитической обстановкой, чтобы добиться устойчивого развития национальной экономики и следовать курсом на завоевание мирового экономического лидерства в различных отраслях промышленного производства и торговли. Эта страна заслуживает внимания для изучения феномена стремительного развития и умения сохранять и упрочивать внешнеэкономическое сотрудничество в условиях санкционной политики. Если рассматривать и оценивать непосредственно автомобильное промышленное производство, то очевидно, что после ухода с российского рынка производителей из списка «недружественных» стран, китайские компании стремительно заняли освободившееся рыночное пространство и продолжают наращивать объемы поставок. Исследуя металлургический сектор, можно сделать вывод о том, что китайское правительство и крупный бизнес правильно сориентировались и достаточно быстро адаптировались к новым реалиям и максимально грамотно реализовали стратегию устойчивого развития в своих национальных интересах.

Методы

Для достижения поставленной цели в статье использованы: макроэкономический, ситуационный, статистический, маркетинговый и логистический анализ; систематизация, компиляция и критическая оценка собранных данных; обзор и анализ подходов к организации промышленного производства, логистики и управления маркетингом на национальных и внешних рынках; формулировка авторских суждений и выводов на научной базе ведущих ученых и специалистов в области мировой экономики, менеджмента, логистики и маркетинга, а также международного права [1-13]. Используются эмпирические методы исследования: наблюдение (мониторинг событий, явлений и факторов), сравнение (сравнительный анализ), измерение данных из достоверных статистических и официальных опубликованных источниках информации [14-24].

Результаты

Крупнейшим потребителем китайского экспорта (в натуральном выражении) является Российская Федерация, она занимает первое место [14]. Вероятно, может создаться ложное представление о том, что Россия является единственным потребителем китайского автопрома в условиях текущей крайне сложной геополитической ситуации: эмбарго и лимитов на поставки готовой продукции, запасных частей, приостановки лизинга и разрыва логистических цепей поставок. Но это далеко не так. Ссылаясь на проанализированные в ходе исследования таможенные данные Китайской Ассоциации Автопроизводителей [16], можно констатировать тот факт, что не одна Россия пользуется результатом производственной деятельности китайских автопроизводителей (рис. 1). На данном графике видно, что в 2023 году крупнейшими импортерами китайских автомобилей являлись европейцы (включая Бельгию, Великобританию и Испанию). Это подтверждает и анализ данных в динамике за последние 5 лет, которые показывают, что на долю рынка Европы приходится примерно треть общего объема экспорта китайского автопрома [17]. Здесь особенно важно отметить успешное производство электромобилей в Китае, т.к. в странах Евросоюза активно лоббируется «зеленая» экономика и «зеленая» логистика.

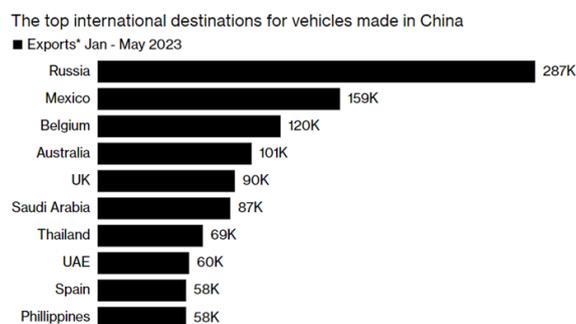


Рис. 1. Рейтинг топ-10 стран, импортирующий китайские автомобили [9-24]

Причинами экономического роста Китая можно назвать рост численности населения и активную урбанизацию КНР (рис. 2).

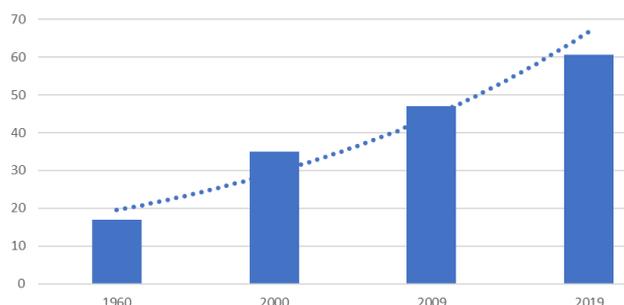


Рис. 2. Городское население КНР, % от общей численности (построено авторами по данным [9-24])

Абсолютным мировым лидером, который добывает более половины мирового объема алюминия, остается Китай (60% – 36 млн т), далее с огромным отрывом идут Россия (6% – 3,7 млн т), Индия (6% – 3,6 млн т), Канада (5% – 2,9 млн т), ОАЭ (4% – 2,7 млн т) и прочие страны (вместе 24% – 6,25 млн т). Наглядно страновая структура производства алюминия представлена на секторной диаграмме (рис. 3).

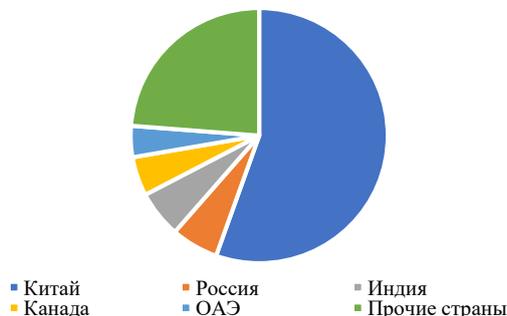


Рис. 3. Структура мирового рынка производства алюминия (построено авторами по данным [9-24])

Вместе с тем КНР является не только ключевым мировым производителем, но и самым крупнейшим потребителем алюминия: Китай потребляет более половины всего объема производимого алюминия 57 % (32 млн т), далее следуют страны ЕС (7 млн. тонн), США (5,5 млн т), Германия (2 млн т), Япония (около 2 млн т), Южная Корея (примерно 1,5 млн т), Индия (1,2 млн т), Италия (0,9 млн т), Бразилия (0,8 млн т), что наглядно продемонстрировано с помощью секторной диаграммы (рис. 4, 5, 6).

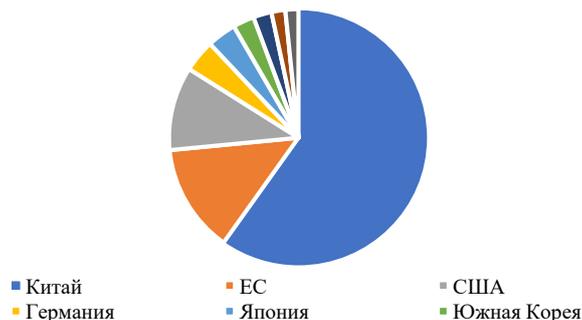


Рис. 4. Структура мирового рынка потребления алюминия (построено авторами по данным [9-24])

Свободного запаса алюминия остается около 3 %, что довольно рискованно для такого мирового гиганта, как Китай. В случае непредвиденных ситуаций такое соотношение производства и потребления может привести к дефициту. И такие ситуации уже случались. Например, лето 2023 года оказалось крайне засушливым. По данным ведомства «Жэньминь Жибао» около 200 тыс. чел. и 760 тыс. голов крупного скота в провинциях Хэбэй, Ляонин и Юньнань страдали от нехватки питьевой воды в связи с засухой [21]. Заострим внимание на провинции Юньнань. Она является ключевым регионом по производству алюминия, на которую приходится 12% от всего производства. Все дело в гидроэнергии, которая необходима для производства этого металла. Следовательно, учитывая соотношение «производство/потребление», непредсказуемые погодные условия, можно предложить выход из данной ситуации – импортировать металл, что Китай и делает. В Российской Федерации одним из крупнейших в мире производителей алюминия остается компания «РУСАЛ» (МКПАО «ОК РУСАЛ») [22].

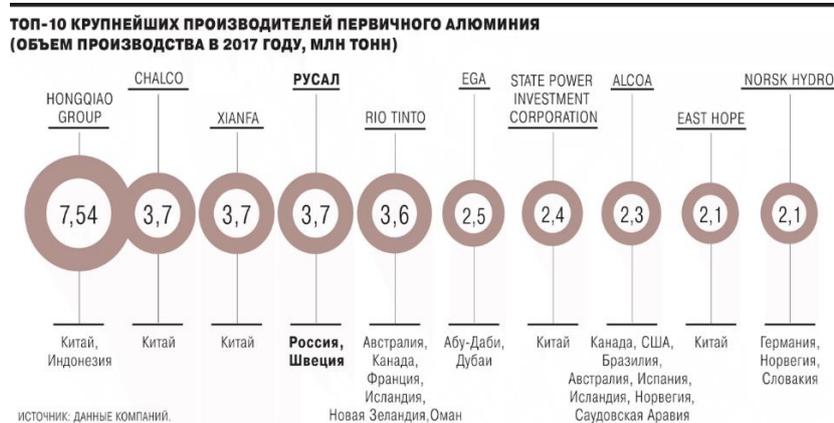


Рис. 5. Рейтинг топ-10 компаний-производителей алюминия [9-24]

В 2020 году «РУСАЛом» была начата постепенная корректировка поставок алюминия с ориентацией на ЕС и Китай, поскольку там цены были выше среднерыночных. Связано это было с тем, что Китай раньше всех вышел из карантинных ограничений и активно инвестировал в инфраструктуру и строительство, результаты этого начали проявляться ростом потребления алюминия в стране. В 2023 году и на текущий момент 2024 года «РУСАЛ» является основным поставщиком-экспортером алюминия в Китай. «РУСАЛ» приобрел треть китайской металлургической компании для обеспечения поставок глинозема и бокситов на фоне прекращения поставок с Николаевского завода (расположенного на территории Украины), остановки поставок из Австралии. Австралия ввела запрет на экспорт глинозема и бокситов в Россию в марте 2022 г., поддержав международные антироссийские санкции.

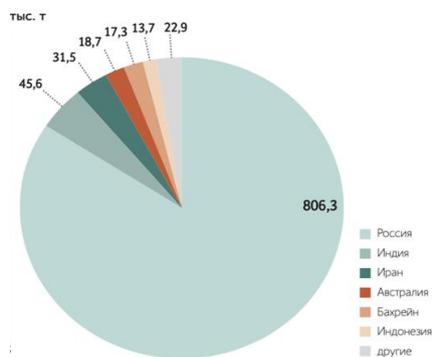


Рис. 6. Крупнейшие экспортеры необработанного алюминия в Китай в 2023 году [24]

В рамках санкций США не вводили запретительных мер на поставку российского алюминия в Соединенные Штаты или ЕС, но ввели 200% пошлину на ввоз и призвали Европу к аналогичным действиям. Более того, США накладывали аналогичные пошлины на ввоз любой конечной продукции, где есть хотя бы процент содержания алюминия, который был произведен в России. По сути, это касается всех производственных цепей. Юго-Восточная Азия, Евросоюз, тот же Китай при экспорте в США алюминийсодержащих товаров обязаны доказать, предоставив документацию, чей алюминий они используют при производстве. Это на практике сказывается на дополнительных издержках. Торговать металлосодержащими продуктами с США становится нецелесообразно. Импорт китайского алюминия в Соединенные Штаты не выгоден по политическим причинам, это будет выглядеть усилением влияния Пекина [23]. Закрытие импорта при наличии собственного производства мотивирует производственный сектор. США является самой автомобильной нацией. Таким образом, Америка выигрывает от ввода санкций в нескольких аспектах: в лице общественности она справедливый каратель, который наносит «сокрушительный удар по экономике России», что на самом деле не соответствует действительности, сдерживает Китай от его влияния на американский рынок, и, следовательно, стимулирует собственное промышленное производство.

Обсуждение

Одними из главных потребителей российского алюминия, который экспортируется в Китай остаётся мы – РФ (рис. 7).

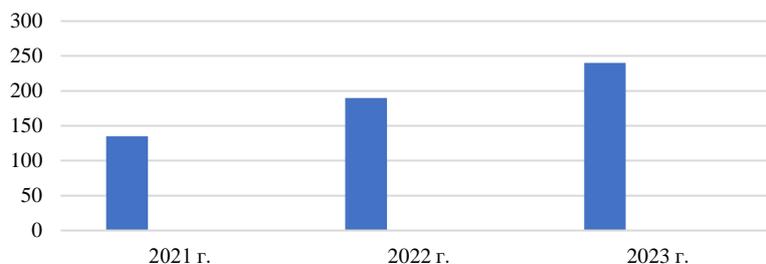


Рис. 7. Динамика товарооборота между Китаем и Россией в 2022 году, млрд долл. (построено авторами по данным [9-22,24])

Далее обратимся к таможенным данным КНР и узнаем особенности экспорта и импорта двух стран за последние отчетные периоды (рис. 8, 9).

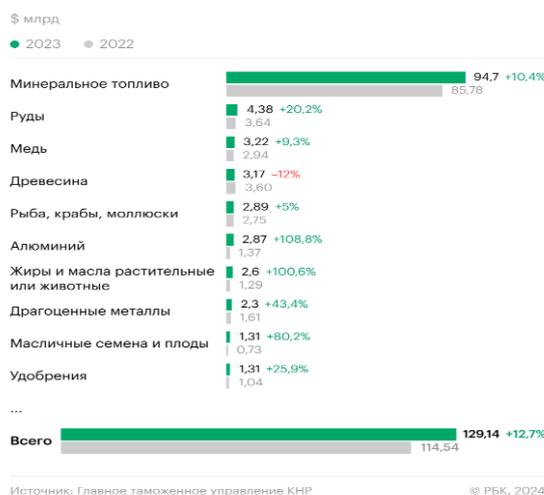


Рис. 8. Структура импорта и показатели динамики импорта товаров из РФ в КНР [24]

Как видно из графика (рис. 8), алюминий, хоть и не является основной позицией импорта, остается лидером по темпу роста (108,8% в 2023 году по сравнению с 2022 годом).

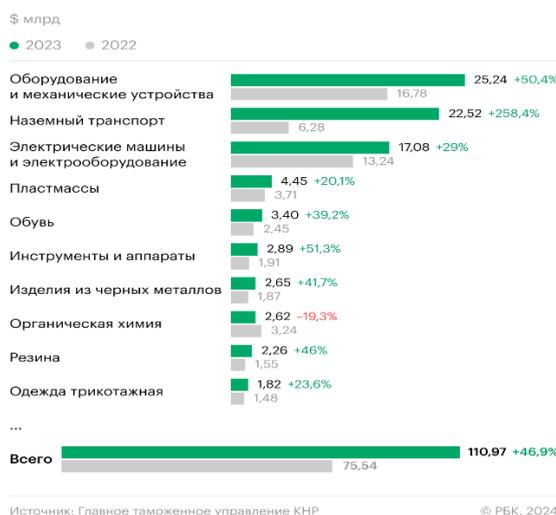


Рис. 9. Структура экспорта и показатели динамики экспорта товаров из КНР в РФ [24]

РФ ввозила, с небольшим отрывом, оборудование и механические устройства, вторую позицию занимает наземный транспорт, с лидирующим темпом роста (258,4% в 2023 году по сравнению с 2022 годом) [24]. Китайские автоконцерны намерены реализовать в России 1,2 млн легковых автомобилей в текущем 2024 году.

Заключение

Итак, укрепляя стратегическое партнёрство и наращивая сотрудничество с РФ, КНР является основным потребителем российского алюминия для последующей его реализации, а Россия – основной поставщик этого металла. Конечными потребителями российского алюминия являются сами жители России. Продав нам наш алюминий в переработанном виде, в

выигрыше остаются все участники интегрированной цепи поставок «Россия – Китай – Россия». Китайский бизнес прекрасно управляет логистикой и маркетингом, реализует и зарабатывает. Россия реализовывает имеющееся сырье, задействует наличные производственные мощности, покрывает спрос на новые автомобили на внутреннем рынке. Однако, российским потребителям приходится существенно переплачивать за все вновь возникшие логистические издержки, а также за сверхприбыли дилеров. Китаю продавать алюминийсодержащую продукцию в страны ЕС с каждым днем становится опаснее, т.к. есть риск того, что будут наложены повышенные пошлины, которые ввели США. Причиной этому могут послужить успехи в проведении СВО со стороны России, а также укрепление ее экономики в направлении импортозамещения в условиях санкционного давления и геополитической трансформации.

Литература

1. Альтернативная логистика Российской Федерации в условиях западных санкций / О.Д. Покровская, А.А. Воробьев, А.А. Мигров [и др.] // *International Journal of Advanced Studies*, 2022. – Т. 12. – № 4. – С. 111–134.
2. Дроздова М.А. Актуальные вопросы развития международно-правового регулирования транспортно-логистической сферы в современных социально-экономических условиях / М.А. Дроздова, О.В. Зарубкина // *Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева*, 2022. – Т. 2. – № 4. – С. 160–168.
3. Информационный портал Investing.com [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.investing.com/commodities/aluminum-streaming-chart>.
4. Информационный сайт Apricitas Economics [Электронный ресурс]. URL: <https://www.apricitas.io/p/how-china-suddenly-became-a-car-export>.
5. Информационный сайт China Association of Automobile Manufactures (CAAM) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.caam.org.cn>.
6. Информационный сайт Electrive.com [Электронный ресурс]. URL: <https://www.electrive.com/2023/05/12/france-to-push-european-made-evs-with-new-subsidy-requirements/>.
7. Информационный сайт газет «Жэньминь Жибао». [Электронный ресурс]. URL: <http://russian.people.com.cn/n3/2023/0626/c31516-20035550.html>.
8. Новостной портал китайского автопрома [Электронный ресурс]. URL: <https://carnewschina.com>.
9. Новостной портал РБК [Электронный ресурс]. URL: https://quote.rbc.ru/news/short_article/62c2ed979a7947031562fc69.
10. Официальный сайт Белого Дома [Электронный ресурс]. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/presidential-actions/2023/02/24/a-proclamation-on-adjusting-imports-of-aluminum-into-the-united-states-4/>.
11. Официальный сайт Главного Таможенного Управления КНР [Электронный ресурс]. URL: <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/zfxhgk/2799825/302274/302275/>.
12. Официальный сайт издания Forbes [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/news/41439-tseny-na-alyuminiy-v-blizhaisheevremya-budut-rasti-rusal>.
13. Официальный сайт информационного агентства Bloomberg [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-07-11/china-exports-far-more-vehicles-to-russia-than-anywhere-else?sref=9bmU64gz>.
14. Официальный сайт Международная организация производителей автомобилей (OICA) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oica.net>.
15. Официальный сайт МКПАО «ОК РУСАЛ» [Электронный ресурс]. URL: <https://rusal.ru/>.
16. Покровская О.Д. Система управления экспортными грузопотоками на базе логистических принципов и информационных технологий / О.Д. Покровская, М.И. Меликов, И.В. Касьянов // *Вестник транспорта*, 2023. – № 3. – С. 18–26.
17. Путырский А.Г. Рынок транспортно-логистических услуг России в период санкций 2022 г. / А.Г. Путырский, Н.Ю. Егорова // *Транспортное дело России*, 2022. – № 6. – С. 11–14.
18. Социальная сеть Twitter [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/TheTranscript_/status/1666191101953204228/photo/1 (на территории РФ ресурс заблокирован Роскомнадзором).
19. Шишкин Р.А. Методика стратегического планирования в условиях санкций и неопределенности окружения / Р.А. Шишкин, Л.М. Божко // *Экономика и управление: научно-практический журнал*, 2023. – № 2. – С. 4–8.
20. Юдникова Е.С. Коммерческая политика по перевозке грузов в цепи поставок: Учебное пособие // Санкт-Петербург: Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I, 2023. – 85 с.
21. Automotive Industry Portal MarkLines.com [Электронный ресурс]. URL: https://www.marklines.com/en/statistics/flash_sales/automotive-sales-in-china-by-month.
22. Elon Musk laughs at BYD e6 – Bloomberg TV. – [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_9ftbRWqkj0&ab_channel=EVUK0001.
23. Ksenofontova T.YU. Co-marketing and Cooperation of the Transport and Logistics Complex in a Challenging Economic Environment / Т.Ю. Ксенофонтова, О. Гуляева // *BRICS Transport*, 2023. – V. 2. – № 1.
24. Rymkevich A.A. Management of a transport and logistics terminal: Models, indicators and optimization / А.А. Рымкевич, А.В. Новичихин // *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science: International Scientific and Research Conference on Knowledge-Based Technologies in Development and Utilization of Mineral Resources 2019, KTDUMR 2019, Novokuznetsk, 04–07 июня 2019 года*. V. 377. – Novokuznetsk: Institute of Physics Publishing, 2019. – P. 012027.

УДК 64.011.4

Е.В. Нежникова, Д.В. Митрофанов

ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ДЕНТАЛЬНЫХ ИМПЛАНТАТОВ

E.V. Nezhnikova, D.V. Mitrofanov

CLASSIFICATION OF DEVELOPMENT FACTORS AND INCREASED ECONOMIC EFFICIENCY OF DENTAL IMPLANTS PRODUCTION

Ключевые слова: дентальные имплантаты, эффективность производства, экономическая эффективность, финансирование разработок, цифровые решения, медицинские технологии, техническое развитие, производство имплантатов.

Keywords: dental implants, production efficiency, economic efficiency, development financing, digital solutions, medical technologies, technical development, implant production.

Цель: систематизировать факторы повышения экономической эффективности производства дентальных имплантатов, что позволит России стать лидером в данной сфере. Обсуждение: в качестве методологии исследования использовались общенаучные методы в рамках системного подхода: сравнительный и логический анализ, систематизация и обобщение. Предложена классификация факторов повышения экономической эффективности производства дентальных имплантатов по критерию рыночной природы и типу принимаемых решений. Долгосрочная перспектива развития и методы финансирования могут значительно повысить значимость отечественных решений в экономическом развитии региона и уровень исследований, проводимых в научных организациях. Результаты: обоснована высокая значимость технологического фактора, определены его элементы, наиболее перспективные для повышения экономической эффективности. Представлено описание элементов технологического фактора, к которым отнесены: область робототехники и автоматизации, область микро- и наноинженерных технологий и область современных материальных технологий.

Purpose: systematize factors that increase the economic efficiency of the production of dental implants, which will allow Russia to become a leader in this field. Discussion: General scientific methods were used as a research methodology within the framework of a systematic approach: comparative and logical analysis, systematization and generalization. A classification of factors for increasing the economic efficiency of the production of dental implants is proposed according to the criterion of market nature and the type of decisions made. Long-term development prospects and financing methods can significantly increase the importance of domestic solutions in the economic development of the region and the level of research conducted in scientific organizations. Results: the high importance of the technological factor is substantiated, its elements that are most promising for increasing economic efficiency are identified. A description of the elements of the technological factor is presented, which include: the field of robotics and automation, the field of micro- and nanoengineering technologies and the field of modern material technologies

Электронный адрес: katnej@mail.ru, 89264159262@mail.ru

Введение

Производство дентальных имплантатов в мире в настоящее время является одной из активно развивающихся и рентабельных сфер деятельности. Однако, российские производители данной медицинской продукции уступают по уровню развития и конкурентоспособности иностранным компаниям не только из-за низкой инновационной активности, недостаточного финансирования разработок области медицинских исследований, но и по степени экономической эффективности [4,5]. По прогнозам экспертов, мировой и российский рынок дентальных имплантатов будет расти в среднем на 5,1% в течение десятилетнего периода и, как ожидается, к концу 2028 года его стоимость составит 3 061,1 млн долл. [4-6]. Рост рынка, в первую очередь, основан на:

- увеличении частоты травматизма/случайных травм;
- внедрении персонализированной имплантологической продукции;
- растущем спросе на современные имплантаты;
- все большем сокращении затрат на здравоохранение;
- соглашениях о дистрибуции и сотрудничестве для расширения распространения продукта.

При этом в России отсутствие адекватной инфраструктуры здравоохранения на развивающихся рынках, недостаточное возмещение расходов, нехватка обученных и квалифицированных специалистов, а также высокая стоимость продуктов, ограничивающих их использование, являются некоторыми из факторов, которые могут препятствовать росту рынка дентальных имплантатов в течение длительного времени в ближайшие десять лет [5-7]. В настоящее время на мировом рынке существует много решений, и самыми большими барьерами для широкого внедрения в повседневное использование по-прежнему являются цена и устойчивость к структурным повреждениям. Вышеизложенное актуализирует цель настоящей статьи, направленной на теоретическое обоснование систематизации ключевых факторов повышения экономической эффективности производства дентальных имплантатов.

Методы

Методология исследования базируется на общенаучных методах в рамках системного подхода: сравнительный и логический анализ для классификации факторов повышения экономической эффективности производства дентальных имплантатов по критерию рыночной природы и типу принимаемых решений, систематизация и обобщение для обоснования значимости технологического фактора, выделения наиболее перспективных для повышения экономической эффективности элементов.

Результаты

Развитие производства дентальных имплантатов является результатом развития за последние несколько лет новых технологий в таких областях, как: микроскопические HD-камеры; 3D визуализация; датчики движения; регистраторы и анализаторы данных; дистанционная навигация. Постоянное развитие медицинских технологий указывает на быстро растущий спрос и предложение на медицинские роботизированные системы. На рынке постоянно наблюдается рост числа проектов сотрудничества по передаче технологий с внешними поставщиками для разработки новых приложений для

роботизированных систем. Сегодня в мире существует около 400 систем имплантации, 90% из которых используют поверхностно обработанные титановые винтовые имплантаты, в России их более двадцати [6]. Продукция некоторых из производителей имеет отличные показатели, с минимальным отклонением, ниже 1% для производителей имплантатов премиум-класса, поскольку эти производители накопили огромное количество ресурсов и исследований и продолжают использовать их в своих продуктах [7]. Благодаря быстрому развитию и большому количеству исследований появляются все новые и новые протоколы лечения, которые предлагают все более безопасные и эффективные решения широкого спектра проблем с потерей зубов. Материалы, используемые сегодня для имплантации, являются практическим результатом обширных материаловедческих и биологических исследований. Эти вещества в совокупности известны как биоматериалы, они не наносят вреда организму, обеспечивают связь между имплантатом и окружающими тканями (в первую очередь, костной тканью), имеют стабильные размеры, не подвержены коррозии, устойчивы к тканевым реакциям и обладают благоприятной прочностью [4].

Как мы видим, производство дентальных имплантатов весьма сложный процесс, включающий в себя различные виды деятельности, которые по-разному влияют на эффективность. С другой стороны, организации-производители дентальных имплантатов как сложные организмы трудно однозначно оценить, сложность взаимодействий внутри и за пределами организации, а также множество результатов деятельности означают, что общая оценка может быть недостаточной и/или неточной, и/или несправедливой. Заинтересованные стороны, связанные с данной организацией (сотрудники, пациенты, акционеры, поставщики или местное сообщество), ожидают конкретных выгод и, следовательно, предпочитают корпоративное поведение, которое позволит их реализовать. В результате при оценке эффективности организации они будут использовать собственные критерии. Многомерный характер предприятия в сфере производства дентальных имплантатов требует многоуровневого анализа эффективности его деятельности – поэтому в ходе анализа следует использовать различные критерии и показатели. Отдельные измерения эффективности, ее критерии и показатели представлены в табл. 1.

Таблица 1

Схема детализации понятия экономической эффективности

| Аспекты концепции эффективности | Критерии эффективности | Направления или показатели критериев эффективности |
|--|---------------------------------|---|
| Материальная эффективность | продукт | – производство – рыночные поставки – продажи |
| | реализация плана | – выполнение производственного плана – осуществление поставок на рынок – выполнение плана продаж |
| Экономическая эффективность | эффективность | – добавленная стоимость производства – эффективность на одного сотрудника |
| | производительность | – производительность труда – производительность основных фондов |
| | выгода | – валовая прибыль – чистая прибыль |
| Системная эффективность | приспособление | – инновации – стоимость затрат на исследования и разработки – ценность примененных рационализаторских предложений |
| | выживание | – существование организации |
| | разработка | – инвестиционная стоимость – количество работников, повышающих свою квалификацию – динамика производства и продаж |
| «Политическая» эффективность (отношения организации с окружающей средой) | внешняя переговорная позиция | – суммы грантов и субсидий – снижение таможенных тарифов и налогов |
| | положение на рынке | – доля рынка – автономность от окружающей среды и участников |
| | внутренняя переговорная позиция | – условия работы и оплаты труда по отношению к другим организациям |
| Культурная эффективность | культурные особенности | – соответствие организационных норм культурным нормам |
| | культурная адаптивность | – культурные инновации |
| Поведенческая эффективность | моральный дух | – чувство безопасности – производительность труда |
| | удовлетворение от работы | – колебание – отсутствие – степень интеграции сотрудников – межличностные отношения |
| | удовлетворенность пациентов | – количество жалоб и претензий – имидж и позиционирование предприятия на рынке |

Представленное разнообразие измерений, а также различные точки зрения заинтересованных сторон делают одновременную оценку всех аспектов эффективности сложной, а зачастую и нежелательной или даже невозможной, а также формирует множество факторов, ее определяющих. В данной научной статье предлагается классифицировать факторы повышения экономической эффективности производства дентальных имплантатов по критерию рыночной природы и типу принимаемых решений. Факторы повышения экономической эффективности производства дентальных имплантатов по критерию рыночной природы следует классифицировать на рыночные и нерыночные. К первым принято относить: размер рыночного предложения, влияние которого распространяется на количество дентальных имплантатов, которые предлагаются на рынке, условия их установки (реализации потребителю), цена и качество данной продукции. Данные факторы связаны с объемом производства дентальных имплантатов, их можно назвать определяющими для уровня экономической эффективности. Взаимоотношения между рыночными факторами прямо пропорциональны конкурентоспособности производителей дентальных имплантатов (это не относится к цене товара). К ключевым нерыночным факторам относится

технологический, влияющий на качество и количество дентальных имплантатов, объем производства и уровень оказываемых услуг. Экономические эффекты технологических изменений являются утилитарными из-за позитивных изменений технической структуры, которые возникают из-за роста экономики и технического развития в результате происходящих трансформаций предприятий и их реорганизованной производственной деятельности [3]. Критерий классификации тип принимаемых решений позволяет разделить факторы экономической эффективности производства дентальных имплантатов на внутренние и внешние факторы, в результате анализа их влияния производитель дентальных имплантатов может идентифицировать и занять собственное положение на рынке, которое позволит максимально результативно преодолевать их негативное воздействие или обеспечит предприятию возможность воздействовать на воздействующие факторы наиболее приемлемым для него способом. Внешние факторы могут относиться и к компонентам внутренней (микро) среды, и к элементам макросреды, которая связана с национальной экономикой, а также с социально-экономическими, финансовыми и рыночными процессами мировой экономики [8]. Макросреду, которую принято называть также общей средой, относят к значимым элементам, которые воздействуют на текущую и будущую позицию производителя дентальных имплантатов. Ее важной особенностью можно назвать серьезное влияние на финансовое состояние и операционные возможности, которые невозможно изменить в рамках одной организации, макросреда состоит из следующих групп факторов [1,10]:

- экономические;
- политико-правовые;
- демографические;
- социокультурные;
- технологические.

Расширенное описание факторов эффективности производства дентальных имплантатов определяются состоянием экономики, их описание представлено в табл. 2.

Таблица 2

Описание факторов повышения экономической эффективности производства дентальных имплантатов

| Фактор | Влияние |
|--|---|
| Экономические факторы | |
| изменения темпов экономического роста национальной экономики | Его возрастание формирует увеличение потребительских расходов, а это может влиять на востребованность дентальных имплантатов, в противном случае происходит снижение производства и его эффективности |
| изменения уровня инфляции | Увеличение уровня инфляции снижает склонность к большим расходам и увеличивает риск возникновения неэффективности производства |
| изменения процентных ставок | уровень процентных ставок влияет на величину спроса на дентальные имплантаты, их рост приводит к снижению склонности к установке имплантатов |
| изменения уровня безработицы | увеличение безработицы способствует трансформации рынка дентальных имплантатов в «рынок работодателя», создающий собственные условия заработной платы, что приводит к снижению покупательной способности потребителей |
| курсы валют | колебания валют могут привести к событиям, которые трудно предсказать, стабильность валюты обеспечивает постоянный спрос, что положительно влияет на эффективность |
| модель государственного регулирования экономики | деятельность производителей дентальных имплантатов связана с уровнем государственного регулирования (регулируемая или саморегулируемая рыночная экономика), при этом отдельные инструменты государственного регулирования способны поддержать производителей дентальных имплантатов в кризисных условиях: льготные целевые кредиты для потребителей, преференции для внедрения инноваций и цифровых технологий у производителей |
| Политические и правовые факторы | |
| налоговые нормы, трудовое право, охрана окружающей среды, технические стандарты и другие | оказывают большое влияние на создание возможностей и формирование угрозы, функции государства подразумевают поддержку экономической деятельности |
| изменения законодательства и правовых норм | новые правовые нормы заставляют предприятия адаптироваться к ним, что приводит к изменениям в продукции, технологических, маркетинговых процессах, уровне эффективности деятельности |
| Демографические факторы | |
| изменения численности населения | происходящие изменения численности приводят в соответствующим изменениям объема ресурсов и количества клиентов, характер выбора вида продукции (помимо численности, к ним можно отнести региональные особенности, миграцию, уровень образования и пр.) |
| изменения демографической структуры | структура населения относится к ключевым элементам макросреды, со стороны предприятий ей нужно уделять особое внимание, рост числа пожилых людей с различными видами пародонтологических проблем увеличивает количество потенциальных потребителей (гендерные изменения, старение населения) |
| Технологические факторы | |
| появление новых технологий производства | технологические изменения способны привести к быстрому упадку (банкротству) одних производителей и создание новых, это означает возможности для одних компаний и угрозу для других |
| Появление новых материалов для производства | направление предусматривает исследования новых технологий материалов, которые приводят к созданию новых биомедицинских решений, предназначенных для персонализированного лечения и повышения его безопасности и эффективности |
| автоматизация бизнес-процессов | влияет на производственные возможности и продажи (выбранные факторы: количество внедренных массовых инноваций, развитие процессов производства и продаж, цифровая трансформации) |

Как уже было сказано выше, на многие из перечисленных выше факторов производители дентальных имплантатов не могут повлиять. Но можно согласиться с исследователями, считающими, что цифровая трансформация в производстве может существенно повысить экономическую эффективность [1,3,8]. О силе воздействия технологических изменений на экономическую эффективность производства дентальных имплантатов свидетельствует развитие цифровых технологий в данной сфере в последние годы.

Обсуждение

Таким образом, технологический фактор можно назвать ключевым при достаточно высоком уровне конкуренции, поскольку развитие и повышение эффективного производства высококачественных компонентов возможно благодаря новаторским технологиям, а также за счет:

- постоянного развития медицинских технологий;
- цифровых решений в производстве;
- комплексных решений автоматизации;
- интеграции индивидуальных производственных решений в секторе медицинских технологий;
- 3-d печати при производстве имплантатов;
- HSC-фрезерования для наилучшего качества поверхности;
- комплексной обработке, обеспечивающей повышение производительности и др.

Постоянное развитие рынка медицинской техники затрагивает крупнейших производителей этого сектора. Производственные ниши сужаются, а цены на имплантаты падают, чтобы преодолеть эти трудности, производители все чаще решают объединить усилия. Эта тенденция направлена на повышение эффективности на всех уровнях, особенно в производстве передовых продуктов, таких как дентальные имплантаты. Интегрированные автоматизированные процессы повышают эффективность: высокие требования к сертификации медицинских изделий определяют процесс обработки в медицинской технике. С точки зрения производственных решений наиболее важной стала интеграция цифровых решений на самой ранней стадии производственного процесса. Считыватели штрих-кодов, измерения и маркировка деталей в качестве интегрированных функций и, следовательно, в производственном процессе упростят и ускорят запись и отслеживание. Автоматизированные процессы включают практически все производственные процессы. Решения по автоматизации являются большой тенденцией во многих областях: это включает в себя загрузку и разгрузку отдельных деталей и небольших партий в имплантологии. Основное внимание здесь уделяется гибким решениям по автоматизации, аналогичным производству медицинских инструментов. Ограниченные производственные площади в этом секторе требуют экономии места и комплексных решений по автоматизации. Эта тенденция будет сопровождаться постоянным ценовым давлением. Проблемы сертификации станут более актуальными и повлияют на производство. Это задача, которая стоит перед производством дентальных имплантатов – преодолеть трудности и обеспечить высокие требования к качеству и короткие сроки обработки за счет использования инновационных производственных решений [5].

Эффективные и высокопроизводительные станки с ЧПУ являются незаменимой основой для экономичных решений по автоматизации. Требования к высочайшему качеству и кратчайшим срокам обработки – это аспекты, которые в совокупности характеризуют ряд продуктов медицинской техники. Вот почему тема комплексной механической обработки очень популярна в этой отрасли. В частности, сложные детали, такие как имплантаты из хром-кобальтового сплава, можно с максимальной эффективностью обрабатывать в процессе одновременной 5-осевой обработки на линейном станке. Обработка титана и титановых сплавов также имеет большое значение в медицинской технике. Здесь заслуживает внимания модели с жесткой конструкцией, высокой скоростью вращения шпинделя и интеллектуальной системой охлаждения. Сочетание этих особенностей гарантирует кратчайшие сроки обработки и высочайшее качество поверхности при производстве. Система обработки деталей позволяет производить производство с минимальной нагрузкой на сотрудников. Долгосрочная перспектива развития и методы финансирования могут значительно повысить значимость отечественных решений в экономическом развитии региона и уровень исследований, проводимых в научных организациях. Внедрение инновационных решений в области медицинских технологий, направленных на повышение экономической эффективности, может обернуться далеко идущими выгодами для государственного бюджета, в том числе: внедрение новых технологий производства и установки дентальных имплантатов на основе природных и синтетических соединений. В табл. 3 представлены основные элементы технологического фактора, которые имеют приоритетное значение для повышения экономической эффективности производства дентальных имплантатов.

Таблица 3

Составные элементы технологического фактора повышения экономической эффективности производства дентальных имплантатов [2,5,6]

| Элемент | Описание |
|--|---|
| I. Область робототехники и автоматизации | 1.1 Передовые технологии при разработке и производстве дентальных имплантатов |
| | 1.2 Автоматизация и роботизация процессов и инструментов в стоматологии, в том числе с использованием инновационных ИТ-инструментов |
| | 1.3 Использование технологий автоматизации и роботизации для повышения эффективности работы и установки имплантатов |
| II. Область микро- и нанонинженерных технологий | 2.1 Разработка биомедицинских и биомолекулярных решений на основе современных молекулярных методов для производства дентальных имплантатов. |
| | 2.2 Разработка передовых миниатюрных сенсорных, механических и биоинформатических технологий для персонализированных дентальных имплантатов |
| III. Область современных материальных технологий | 3.1 Разработка и внедрение современных материальных технологий для использования при имплантологическом лечении |
| | 3.2 Разработка и внедрение инновационных технологий обработки материалов при производстве дентальных имплантатов |

Представленные в статье элементы технологического фактора повышения экономической эффективности производства дентальных имплантатов представляют собой важнейшие направления развития и повышения показателей деятельности производителей исследуемой сферы. Поскольку разработки технологий и инноваций данных элементов дорогостоящи, для максимального эффекта необходима кооперация предприятий частного сектора, научно-исследовательских учреждений и органов государственной власти.

Заключение

Таким образом, в статье представлено описание современных тенденций развития производства дентальных имплантатов, это позволило сделать вывод о том, что ключевым вопросом является экономичная эффективность производства медицинской продукции. Представлена классификация факторов повышения экономической эффективности

производства дентальных имплантатов: предложено деление факторов по критерию рыночной природы и типу принимаемых решений. Показано, что демографическое развитие, постоянно растущая продолжительность жизни и восстановление экономики являются ключевыми факторами макросреды в отрасли медицинских технологий, что имеет соответствующие последствия для сектора производства дентальных имплантатов. Обоснована высокая значимость технологического фактора, т.к. различные инновационные решения играют особенно важную роль в обеспечении эффективной обработки имплантатов и инструментов при соблюдении самых высоких требований к качеству. Сюда входит целый ряд различных материалов: от высокопрочных пластиков, нержавеющей стали и титана до кобальт-хромовых и магниевых сплавов, теперь биоразлагаемых, а также станки точения и фрезерования, ультразвуковая технология и высокоскоростная резка (HSC), аддитивное производство с технологией порошкового слоя и цифровые решения для перспективных процессов использования в сфере медицинских технологий. Предложено описание элементов технологического фактора, к которым относятся: область робототехники и автоматизации, область микро- и наноинженерных технологий, область современных материальных технологий.

Литература

1. Архипова Л.С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 104 с.
2. Биосовместимые материалы и новые технологии в стоматологии: сборник статей Международной конференции. 27-28 ноября / Науч. ред. Р.Г. Хафизов. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2014. – 270 с.
3. Зинина Л.И. Информационно-технологические решения в экономике и управлении: монография / Л.И. Зинина, Е.А. Сысоева, С.В. Бажанова, М.В. Бикеева, Л.И. Ефремова, И.А. Иванова, А.В. Катунь, Е.С. Петрова. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2020. – 148 с.
4. Лучшие зубные импланты. – Семейная стоматология. [Электронный ресурс]. URL: <https://famdental.ru/articles/the-best-implants/>.
5. Новые технологии в стоматологии. – Доктис. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.doctis.ru/medicina/novye-tehnologii-v-stomatologii-5-voprosov-dantisty>.
6. Рейтинг зубных имплантов. – Центр имплантации доктора Федорова. [Электронный ресурс]. – URL: <https://implantolog-fedorov.ru/zhurnal/rejting-zubnykh-implantov/>.
7. Рынок зубных имплантатов – рост, тенденции, влияние COVID-19 и прогнозы (2023-2028 гг.). – Mordor Intelligence. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/dental-implants-market>.
8. Стратегическое управление развитием цифровой экономики на основе умных технологий: монография / Под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. – 793 с.
9. Федоров В.Н. Актуальные проблемы импорта медицинских изделий // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии, 2022. – № 1. – С. 37-41.
10. Шаститко А.Е. Регулирование, предпринимательские риски и экономическое развитие: коллективная монография / А.Е. Шаститко, А.А. Курдин, А.Н. Морозов, И.П. Шабалов. – М.: Экономический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 2021. – 86 с.
11. Gertsik Y.G. Competitiveness Management of Medical Industry Enterprises in Integrated Structures / Bogoviz A., Ragulina Y. (eds.). // Industry Competitiveness: Digitalization, Management, and Integration. ISCI2019. Lecture Notes in Networks and Systems, 2020. – V. 115.
12. Le Guehennec L, Soueidan A, Layrolle P, Amouriq Y. Surface treatments of titanium dental implants for rapid osseointegration // Dental Materials, 2017. – № 23. – P. 844-54.

УДК 338.27

С.М. Никоноров, Сюй Юнь, Чжан Шулин

**ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ
ПОТРЕБЛЕНИЕМ ЭНЕРГИИ, ПРОМЫШЛЕННОЙ СТРУКТУРОЙ
И ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ В КИТАЕ**

S.M. Nikonorov, Syuj Yun', Chzhan Shulin'

**AN EMPIRICAL STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN
ENERGY CONSUMPTION, INDUSTRIAL STRUCTURE
AND ECONOMIC DEVELOPMENT IN CHINA**

Ключевые слова: Китай, шоковое влияние, энергопотребление, промышленная структура, экономический рост, экономическое развитие, ВВП, структура промышленности, коинтеграция, прогнозирование, энергозатраты, бережливая экономика.

Keywords: China, shock impact, energy consumption, industrial structure, economic growth, economic development, GRP, industrial structure, cointegration, forecasting, energy costs, lean economy.

Цель: исследовать взаимосвязи между потреблением энергии, промышленной структурой и экономическим развитием в Китае. Обсуждение: три переменных (потребление энергии, структура промышленности и экономический рост) рассматриваются как система в динамической модели для изучения взаимосвязи между потреблением энергии в Китае, структурой промышленности и экономическим ростом. В статье проведен тест ADF и тест коинтеграции Йохансена для переменных LnGDP, LnET и LnIS. Результаты показывают, что все три переменные представляют собой стационарные последовательности одиночного интегрирования второго порядка, существуют отношения коинтеграции, поэтому они соответствуют условиям для создания модели VAR. Результаты: на основе векторной авторегрессионной модели (VAR), теста коинтеграции, теста причинности Грейнджера, анализа импульсных откликов и метода разложения дисперсий была проведена эмпирическая проверка взаимосвязи между потреблением энергии в Китае, структурой промышленности и экономическим ростом с 1978 по 2023 г..

Purpose: to explore the relationships between energy consumption, industrial structure and economic development in China. Discussion: Three variables (energy consumption, industrial structure and economic growth) are considered as a system in a dynamic model to study the relationship between China's energy consumption, industrial structure and economic growth. The article carried out the ADF test and the Johansen cointegration test for the variables LnGDP, LnET and LnIS. The results show that all three variables are stationary sequences of second-order single integration and cointegration relationships exist, so they meet the conditions for establishing a VAR model. Results: Based on vector autoregression (VAR) model, cointegration test, Granger causality test, impulse response analysis and variance decomposition method, the relationship between China's energy consumption, industrial structure and economic growth from 1978 to 2023 was empirically tested.

Электронный адрес: nico.73@mail.ru, 370202279@qq.com, 2534415499@qq.com

Введение

Модели VECM и VAR обычно используются для изучения взаимосвязей между переменными, а когда переменных более двух, модель VAR является более подходящей. Поскольку в этой статье выбираются три переменные, а между структурой промышленности и экономическим развитием обычно нет линейной зависимости, модель VAR является более подходящей [9-12]. Математическое выражение многомерной модели VAR(p) таково:

$$Y_t = A_1 Y_{t-1} + A_2 Y_{t-2} + \dots + A_p Y_{t-p} + \mu_t \quad (1)$$

где

$$Y_t = (GDP, ET, IS)^T;$$

GDP (ВВП) – экономический рост;

ET – потребление энергии;

IS – промышленная структура;

A_1, A_2, A_p – матрицы параметров, которые необходимо оценить;

p – количество лаговых периодов;

μ_t – случайные величины.

Методы

Для реализации цели были использованы следующие методы научного исследования: модель ARIMA, тест единичного корня, метод Йохансена, коинтеграционный тест, тест Грейнджера, модель VAR, импульсный отклик, натуральное логарифмическое преобразование, разложение дисперсий, синтез, анализ, сравнение аналогия, моделирование.

Результаты

Для анализа выбраны данные о потреблении энергии, экономическом росте и структуре промышленности Китая с 1978 по 2023 г.. Общее потребление энергии выражается ET, единица измерения – 10 тыс. т условного угля; структура промышленности выражается долей вторичной промышленности IS (%), экономический рост измеряется валовым внутренним продуктом (ВВП), единица измерения – 100 млн юаней. Чтобы устранить явление гетероскедастичности, существующее во временных рядах, мы выполняем натуральное логарифмическое преобразование ВВП, энергопотребления и структуры промышленности, как показано на рис. 1, после обработки LnGDP, LnET, LnIS соответственно.

Создание модели векторной авторегрессии VAR обычно требует, чтобы временной ряд был стационарным. Если временной ряд нестационарен, легко может возникнуть ложная регрессия. Тест единичного корня (ADF) – один из наиболее часто используемых методов проверки стационарности данных. Тест единичного корня используется для проверки стационарности переменных (табл. 1).

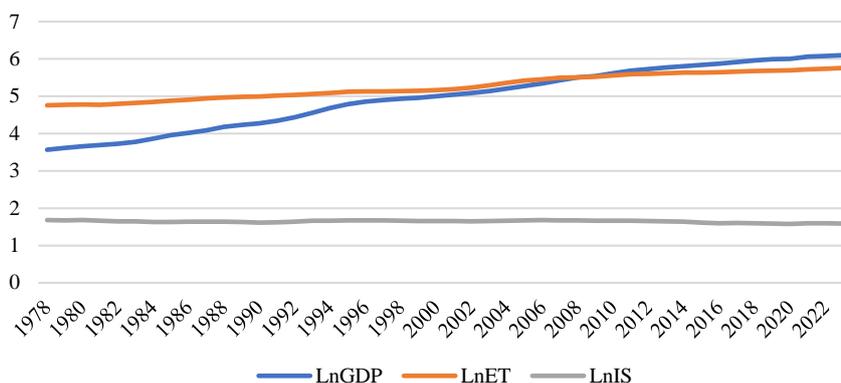


Рис. 1. Временные ряды LnGDP, LnET, LnIS

Таблица 1

Результаты модульного корневого теста

| Переменная | P | Критическое значение | | | Стационарность |
|----------------|----------|----------------------|--------|--------|----------------|
| | | 1% | 5% | 10% | |
| <i>LnGDP</i> | 0.098* | -3.601 | -2.935 | -2.606 | нестационарная |
| <i>LnET</i> | 0.888 | -3.61 | -2.939 | -2.608 | нестационарная |
| <i>LnIS</i> | 0.732 | -3.589 | -2.93 | -2.603 | нестационарная |
| <i>DLnGDP</i> | 0.076* | -3.589 | -2.93 | -2.603 | нестационарная |
| <i>DLnET</i> | 0.217 | -3.61 | -2.939 | -2.608 | нестационарная |
| <i>DLnIS</i> | 0.000*** | -3.589 | -2.93 | -2.603 | стационарная |
| <i>D2LnGDP</i> | 0.000*** | -3.593 | -2.932 | -2.604 | стационарная |
| <i>D2LnET</i> | 0.001*** | -3.61 | -2.939 | -2.608 | стационарная |
| <i>D2LnIS</i> | 0.000*** | -3.601 | -2.935 | -2.606 | стационарная |

***, ** и * обозначают уровни значимости 1%, 5% и 10% соответственно

DLnGDP, *DLnET* и *DLnIS* представляют взятие первой разности, а *D2LnGDP*, *D2LnET* и *D2LnGDP*. *D2LnIS* представляют собой взятие второй разности. Как показано на рис. 1, все последовательности *LnGDP*, *LnET* и *LnIS* нестационарны. Разность первого порядка *DLnIS* является значимой на уровне 1%, а две другие переменные все еще принимают нулевую гипотезу. Нулевая гипотеза отвергается на уровне 1%, что указывает на то, что *D2LnGDP*, *D2LnET* и *D2LnIS* становятся стационарными последовательностями после разности второго порядка. Мы используем метод Йохансена для проверки взаимосвязи между *LnGDP*, *LnET* и *LnIS* (табл. 2) [1-6].

Таблица 2

Результаты коинтеграционного теста Йохансена

| Нулевая гипотеза | Характеристический корень | Наибольшее собственное значение | 10% | 5% | 1% |
|---|---------------------------|---------------------------------|--------|--------|--------|
| Отсутствие коинтеграции | 0.56 | 31.990 | 27.067 | 29.796 | 35.463 |
| Существует не более одного отношения коинтеграции | 0.164 | 5.750 | 13.429 | 15.494 | 19.935 |
| Существует не более двух отношений коинтеграции | 0 | 0.004 | 2.705 | 3.841 | 6.635 |

Из табл. 2 видно, что только в нулевой гипотезе «отсутствие коинтеграции» наибольшее собственное значение составляет > 5% критического значения при уровне значимости 5%, а нулевая гипотеза отвергнута. Это показывает, что между тремя переменными существует взаимосвязь коинтеграции, поэтому существует долгосрочная равновесная взаимосвязь между экономическим развитием Китая, потреблением энергии и структурой промышленности. Уравнение коинтеграции:

$$\text{LnGDP} = -9.345 + 2.468\text{LnET} + 0.805\text{LnIS} \quad (2)$$

(0.000) (0.262)

Тест на причинность Грейнджера используется для определения того, полезен ли один временной ряд для прогнозирования другого, при условии, что между переменными существуют долгосрочные равновесные отношения коинтеграции (табл. 3).

Таблица 3

Результаты теста Грейнджера

| Нулевая гипотеза | F | p | Результат |
|---|-------|---------|----------------|
| <i>LnGDP</i> не является причиной <i>LnET</i> по Грейнджеру | 5.387 | 0.009** | Отвергается |
| <i>LnGDP</i> е является причиной <i>LnIS</i> по Грейнджеру | 1.263 | 0.294 | Не отвергается |
| <i>LnET</i> е является причиной <i>LnGDP</i> по Грейнджеру | 1.540 | 0.227 | Не отвергается |
| <i>LnET</i> е является причиной <i>LnIS</i> по Грейнджеру | 2.746 | 0.077 | Не отвергается |
| <i>LnIS</i> е является причиной <i>LnGDP</i> по Грейнджеру | 0.857 | 0.432 | Не отвергается |
| <i>LnIS</i> е является причиной <i>LnET</i> по Грейнджеру | 1.531 | 0.229 | Не отвергается |

Как видно из табл. 3, только значение p гипотезы «LnGDP не является причиной LnET по Грейнджеру» составляет менее 5%, нулевая гипотеза отвергается, а остальные принимают нулевую гипотезу. Существует односторонняя причинно-следственная связь экономического роста с потреблением энергии Китая. Это показывает, что экономический рост Китая может способствовать потреблению энергии, но потребление энергии не является причиной экономического роста. Это показывает, что прошлые значения потребления энергии не могут предсказать будущую ценность экономического роста.

Обсуждение

Мы провели тест ADF и тест коинтеграции Йохансена для переменных LnGDP, LnET и LnIS. Результаты показывают, что все три переменные представляют собой стационарные последовательности одиночного интегрирования второго порядка, существуют отношения коинтеграции, поэтому они соответствуют условиям для создания модели VAR. Перед построением модели необходимо определить ее оптимальное количество лагов. Для определения оптимального количества лагов для VAR обычно используются информационные критерии FPE, AIC, BIC и HQIC (табл. 4).

Таблица 4

| Порядок модели VAR | | | | |
|--------------------|----------|----------|-------|----------|
| Lag | AIC | BIC | FPE | HQIC |
| 0 | -14.222 | -14.090 | 0.000 | -14.176 |
| 1 | -25.696 | -25.168 | 0.000 | -25.512 |
| 2 | -26.953* | -26.029* | 0.000 | -26.631* |
| 3 | -26.729 | -25.410 | 0.000 | -26.269 |

Из табл. 4 видно, что при лаге 2 порядка AIC BIC FPE HQIC имеет минимальное значение, поэтому оптимальный порядок лага равен 2. Оценим параметры модели VAR и установим модель VAR.

$$\begin{bmatrix} \text{LnGDP} \\ \text{LnET} \\ \text{LnIS} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 0.162 \\ 0.343 \\ 0.397 \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} -0.491 & -0.354 & -0.288 \\ 0.148 & -0.938 & 0.128 \\ -0.063 & -0.224 & -0.112 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} \text{LnGDP}_{t-1} \\ \text{LnET}_{t-1} \\ \text{LnIS}_{t-1} \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} \varepsilon_{1t} \\ \varepsilon_{2t} \\ \varepsilon_{3t} \end{bmatrix} \quad (3)$$

Визуализируем распределение характеристических корневых полиномов AIR (рис. 2)

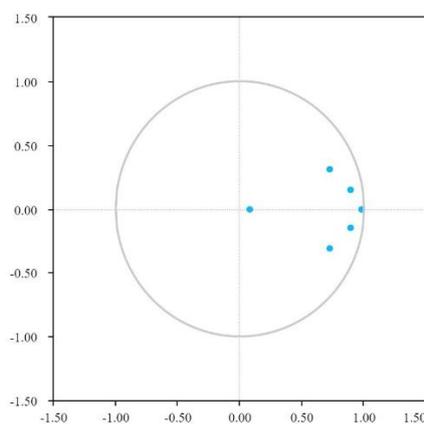


Рис. 2. Распределение характеристических корневых полиномов AR

Характеристический полином AR используется для проверки устойчивости построенной модели VAR. На рис. 2 видно, что из распределения обратимых корней характеристического полинома AR все шесть единичных корней попадают в единичный круг. Это показывает, что модель VAR стабильна и может выполнять анализ импульсных откликов и разложение дисперсий (рис. 3).

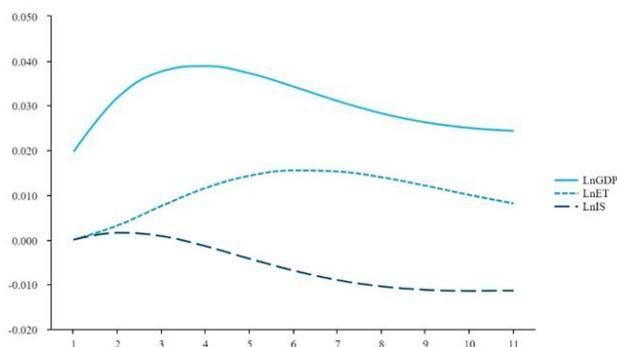


Рис. 3. Ортогональный импульсный отклик от LnGDP

Как видно из рис. 3, влияние трех переменных на ВВП соответственно. По мере уменьшения доли вторичной промышленности экономический уровень увеличивается. Для достижения устойчивого экономического развития Китай постепенно начал переход от экстенсивной экономики к интенсивной и бережливой экономике. Теперь визуализируем ортогональный импульсный отклик от LnET (рис. 4).

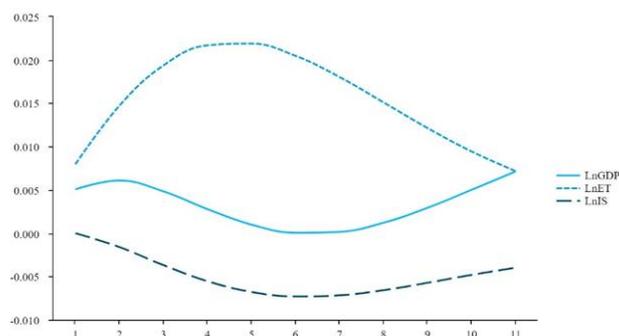


Рис. 4. Ортогональный импульсный отклик от LnET

Как видно из рис. 4, влияние трех переменных на потребление энергии соответственно. Энергопотребление на собственный положительный шок отвечает, достигнув максимума 0,02 в 5-м периоде, а затем начало снижаться, упав до 0,01 в 11-м периоде. Ещё одним важным показателем шоковых влияний является декомпозиция дисперсии переменных (Variance Decomposition of S.E.). VD представляет собой разложение на составные части дисперсии эндогенной переменной, что позволяет оценить вклад дисперсии одной переменной в дисперсию другой (табл. 5).

Таблица 5

Результаты разложения дисперсии LnGDP [3]

| Период | Декомпозиция дисперсии переменных | LnGDP (%) | LnET (%) | LnIS (%) |
|--------|-----------------------------------|-----------|----------|----------|
| 1 | 0.020 | 100.000 | 0.000 | 0.000 |
| 2 | 0.038 | 99.107 | 0.721 | 0.172 |
| 3 | 0.054 | 97.557 | 2.335 | 0.107 |
| 4 | 0.067 | 95.447 | 4.439 | 0.114 |
| 5 | 0.078 | 93.011 | 6.611 | 0.378 |
| 6 | 0.087 | 90.565 | 8.503 | 0.932 |
| 7 | 0.094 | 88.382 | 9.906 | 1.711 |
| 8 | 0.100 | 86.620 | 10.769 | 2.611 |
| 9 | 0.105 | 85.315 | 11.158 | 3.527 |
| 10 | 0.109 | 84.419 | 11.199 | 4.382 |

Как видно из табл. 5, прогнозируемая дисперсия изменений экономического роста в основном обусловлена его собственными изменениями. Вклад дисперсии медленно снижается с течением времени и в целом остается выше 80%. Изменения в потреблении энергии оказывают небольшое влияние на экономический рост. Вклад дисперсии в десятом периоде составил 11,2%, что указывает на то, что вклад потребления энергии в экономический рост имеет долгосрочный эффект. Изменения в структуре промышленности оказывают очень слабое влияние на экономический рост, составляя менее 1% до шестого периода (табл. 6).

Таблица 6

Результаты разложения дисперсии LnET

| period | Variance Decomposition of S.E. | LnGDP (%) | LnET (%) | LnIS (%) |
|--------|--------------------------------|-----------|----------|----------|
| 1 | 0.009 | 28.739 | 71.261 | 0.000 |
| 2 | 0.019 | 18.145 | 81.112 | 0.743 |
| 3 | 0.028 | 11.357 | 86.512 | 2.131 |
| 4 | 0.036 | 7.406 | 88.896 | 3.698 |
| 5 | 0.042 | 5.287 | 89.534 | 5.179 |
| 6 | 0.048 | 4.183 | 89.363 | 6.453 |
| 7 | 0.051 | 3.588 | 88.930 | 7.482 |
| 8 | 0.054 | 3.301 | 88.433 | 8.266 |
| 9 | 0.056 | 3.378 | 87.804 | 8.819 |
| 10 | 0.057 | 4.009 | 86.832 | 9.159 |

Экономический рост оказывает определенное влияние на потребление энергии. Тенденция к постепенному снижению с 28,73% в начале до 3,3% в восьмом периоде. После восьмого периода наблюдалась тенденция медленного восстановления. В определенной степени это показывает, что потребление энергии в Китае зависит от экономического развития. Вклад структуры промышленности в потребление энергии почти сохранил годовую тенденцию роста на уровне 1%, достигнув 6,5% в шестом периоде, что превышает влияние экономического роста на потребление энергии (табл. 7). Влияние экономического роста на структуру промышленности в шестом периоде превысило влияние самой структуры энергетики и стало фактором, наиболее влияющим на структуру энергетики. Это показывает, что экономический рост является основным способом оптимизации структуры энергетики. Влияние потребления энергии на структуру промышленности медленно возрастает, и вклад дисперсии меньше, чем экономический рост. Модель ARIMA может быть представлена в виде.

$$(1 - \sum_{i=1}^p \Phi_i L^i)(1 - L)^d X_t = (1 + \sum_{i=1}^q \theta_i L^i) \varepsilon_t \quad (4)$$

где:

L – величина лага;

d – количество дифференцирований исходного временного ряда до достижения его стационарности;

p – порядки сезонной авторегрессии;
 q – порядки сезонного скользящего среднего соответственно [6-12].

Таблица 7

Результаты разложения дисперсии LnIS

| Период | Декомпозиция дисперсии переменных | LnGDP (%) | LnET (%) | LnIS (%) |
|--------|-----------------------------------|-----------|----------|----------|
| 1 | 0.01 | 24.67 | 1.165 | 74.165 |
| 2 | 0.015 | 34.358 | 3.186 | 62.456 |
| 3 | 0.018 | 40.137 | 5.284 | 54.579 |
| 4 | 0.02 | 43.577 | 6.846 | 49.577 |
| 5 | 0.022 | 45.875 | 7.562 | 46.563 |
| 6 | 0.023 | 47.673 | 7.516 | 44.811 |
| 7 | 0.024 | 49.163 | 7.144 | 43.693 |
| 8 | 0.024 | 50.276 | 7.022 | 42.702 |
| 9 | 0.025 | 50.9 | 7.58 | 41.52 |
| 10 | 0.025 | 51.029 | 8.901 | 40.069 |

Мы использовали данные о ВВП Китая с 1978 по 2023 г., чтобы создать прогнозную модель ARIMA и спрогнозировать ВВП Китая с 2024 по 2035 г. (рис. 5).

$$\Delta GDP = 6147.385 - 1.021\Delta^2 GDP_{t-1} - 0.919\Delta^2 GDP_{t-2} - 0.473\Delta^2 GDP_{t-3} + \varepsilon_t \quad (5)$$

Визуализируем прогноз модели ARIMA по ВВП Китая (рис. 5).



Рис. 5. Прогноз модели ARIMA по ВВП Китая

ВВП Китая демонстрировал тенденцию к росту с 1978 по 2023 год. Фактическое значение ВВП в 2023 году составляет 126 трлн юаней, а прогнозируемое значение в 2023 году – 126,7 трлн юаней. Модель имеет высокую степень соответствия. Прогнозное значение ВВП в 2024 году составляет 134,4 трлн юаней при темпе роста 6,6%, достигнув в 2035 году 232 трлн юаней. Мы создали модель прогнозирования ARIMA на основе данных о потреблении энергии в Китае с 1978 по 2023 г. и спрогнозировали потребление энергии в Китае за двенадцать лет с 2024 по 2035 г. Значение AIC составляет 897,168, значение BIC – 900,736, а формула оптимальной модели – ARMA 0,2,0 (рис. 6).

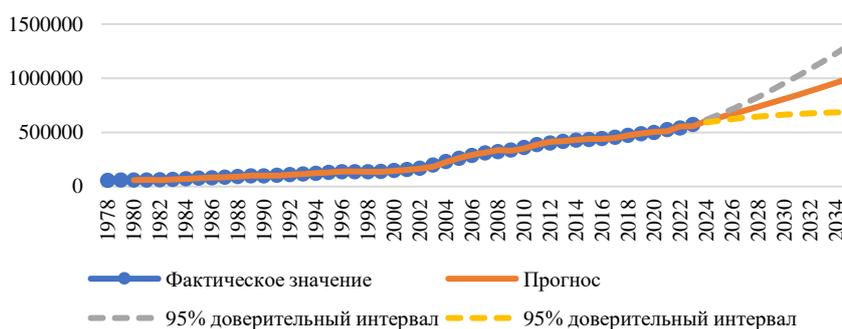


Рис. 6. Прогноз энергопотребления Китая по модели ARIMA

Потребление энергии в Китае демонстрировало тенденцию к росту с 1978 по 2023 г.. Фактическое потребление энергии в 2023 г. составит 5,72 млрд т условного угля, а прогнозируемое значение в 2023 году – 5,56 млрд т условного угля. Прогнозное значение энергопотребления в 2024 году составляет 6,03 млрд т условного угля с темпом роста 5,5% и достигнем 9,96 млрд т условного угля в 2035 году.

Заключение

Создана прогнозная модель ARIMA, спрогнозированы ВВП Китая с 2024 по 2035 г..

Литература

1. Акулова А.Ш., Острина Е.М. Перспективы развития возобновляемой энергетики в Китае // Инновационная наука, 2020. – № 11.
 2. Алжеев А.В., Кочаров Р.А. Сравнительный анализ прогнозных моделей ARIMA и LSTM на примере акций российских компаний // Финансы: теория и практика, 2020. – № 24. – С. 14-23.

3. Армашова-Тельник Г.С. Ключевая проблематика энергопотребления российских промышленных регионов // Вестник ВГУИТ, 2022. – № 2.
4. Горкина Т.И. Особенности энергетического перехода азиатских стран // Вестник Московского университета. Сер. 5. География. – 2023. – № 3.
5. Дёмина О.В. Особенности развития региональных систем электро- и теплоснабжения // Регионалистика, 2017. – № 5.
6. Дзюба А.П., Семиколонов А.В. Исследование мировых энергетических трендов, влияющих на развитие активных энергетических комплексов // Вестник Удмуртского университета. Сер. «Экономика и право». – 2023. – № 1.
7. Колдунов Э.Д. Эконометрическое моделирование импульсных откликов макроэкономических показателей / Э.Д. Колдунов, Е.С. Филонова // Фундаментальные исследования, 2022. – № 6. – С. 5-10.
8. Ломоносов Д.А., Полбин А.В., Фокин Н.Д. Влияние шоков мировой деловой активности, предложения нефти и спекулятивных нефтяных шоков на экономику РФ // Экономический журнал Высшей школы экономики, 2021. – № 25. – С. 227-262.
9. Marques A.C., Fuinhas J.A., Menegaki A.N. Interactions between electricity generation sources and economic activity in Greece: A VECM approach // Applied Energy, 2014. – № 132. – P. 34-46.
10. Salahuddin M.A., Gow J. Economic growth, energy consumption and CO2 emissions in Gulf Cooperation Council countries // Energy, 2014. – № 73. – P. 44-58.
11. Raghutla C., Chittedi K.R. Financial development, energy consumption, technology, urbanization, economic output and carbon emissions nexus in BRICS countries: an empirical analysis // Management of Environmental Quality: An International Journal, 2020.
12. Zhang Fengxia. Energy consumption, human capital accumulation and economic growth in resource-based areas // Acta Statistica Sinica, 2021. – № 05. – P 35-48.

УДК 338.23

С.М. Никоноров, Чжан Шулин, Сюй Юнь

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В СКООДИНИРОВАННОМ УРОВНЕ
РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ, ЭКОНОМИЧЕСКИХ
И ЭКОЛОГИЧЕСКИХ СИСТЕМ ЗЕ КИТАЯ**

S.M. Nikonorov, Chzhan Shulin', Syuj Yun'

**REGIONAL DIFFERENCES IN THE COORDINATED DEVELOPMENT
LEVEL OF CHINA'S 3E ENERGY, ECONOMIC
AND ENVIRONMENTAL SYSTEMS**

Ключевые слова: энергоснабжение, пространственные корреляции, система 3Е, скоординированное развитие, региональное развитие, коэффициент Джини, Китай, энтропия, провинции.

Keywords: energy supply, spatial correlations, 3E system, coordinated development, regional development, Gini coefficient, China, entropy, provinces.

Цель: изучить региональные различия в скоординированном уровне развития энергетических, экономических и экологических систем 3Е Китая. Обсуждение: выбраны данные из 30 провинций Китая за период с 2005 по 2020 г., построена система оценки согласованного уровня развития трех систем (энергетики-экономики-окружающей среды) – (3Э); введена модель оценки степени координации сцепления; измерены уровни развития подсистем энергетики, экономики и окружающей среды, а также уровни координации развития между подсистемами. Коэффициент Дагума Джини был использован для дальнейшего анализа различий в скоординированном развитии систем 3Е в четырех основных регионах Китая. Результаты: в статье построена система индексов оценки скоординированного уровня развития систем 3Е по нескольким измерениям на основе метода значения энтропии и измерены скоординированные уровни развития систем 3Е в 30 провинциях Китая с 2005 по 2020 г.. В статье приводятся определенные ориентиры для энергетической отрасли для достижения низкоуглеродного скоординированного развития и уменьшения различий в региональном развитии.

Purpose: to explore regional differences in the coordinated level of development of China's 3E energy, economic and environmental systems. Discussion: data from 30 provinces of China was selected for the period from 2005 to 2020, a system was built for assessing the agreed level of development of three systems (energy-economy-environment) - (3E); a model for assessing the degree of clutch coordination was introduced; The levels of development of the energy, economic and environmental subsystems, as well as the levels of development coordination between subsystems, were measured. The Dagum Gini coefficient was used to further analyze the differences in the coordinated development of 3E systems in the four major regions of China. Results: The article constructed an index system for assessing the coordinated development level of 3E systems in several dimensions based on the entropy value method, and measured the coordinated development levels of 3E systems in 30 provinces in China from 2005 to 2020. The article provides certain guidelines for the energy industry to achieve low-carbon coordinated development and reduction of differences in regional development.

Электронный адрес: nico.73@mail.ru, 2534415499@qq.com, 370202279@qq.com

Введение

В условиях быстрого развития экономики Китая спрос на энергию в последние годы продолжает расти. Перед лицом все более серьезных глобальных климатических проблем вопросы энергосбережения и сокращения выбросов достигли консенсуса в международном сообществе. Энергетическая отрасль стала ключевой областью энергосбережения и сокращения выбросов. Достижение пика выбросов углерода и углеродной нейтральности ускорило процесс зеленой трансформации энергетической отрасли. В современных исследованиях систему, состоящую из энергетики, экономики и окружающей среды, принято называть системой 3Э. Исследования систем 3Е в стране и за рубежом в основном фокусируются на следующих аспектах: на основе системы индексов оценки системы 3Е был измерен уровень координации региональной энерго-экономико-экологической системы [1-4] и на основе результатов измерений выдвинуты соответствующие предложения по региональной скоординированной и устойчивой политике развития; используя нечеткую теорию материи-элемента [5], основанную на традиционной модели оценки степени координации взаимодействия систем 3Е, мы использовали модель координации расстояния и модель прогнозирования серого цвета [6], модель реакции давления-состояния [7] была объединена для улучшения традиционной модели координации сцепления; исследования внешних факторов влияния систем 3Е в основном включают факторы энергетической структуры [8], технические факторы [9], политику, связанную с энергосбережением и сокращением выбросов [10], выбросами углерода [11] и т.д. Исследования китайских и зарубежных ученых по системам 3Э в основном сосредоточены на динамической эволюции уровней координации во времени и пространстве. Исследований, посвященных региональным различиям и пространственным корреляциям в степени координации систем 3Э, сравнительно немного.

Методы

В данной статье были использованы следующие методы научного познания: метод коэффициента Джини, энтропийный метод, метод координации муфты, табличный и графический методы, анализ, синтез, дедукция, индукция, сравнение, классификация, мониторинг, диагностика.

Результаты

Авторскую версию системы оценки развития 3Э проиллюстрируем с помощью табл. 1-3.

Таблица 1

Система показателей оценки энергетической подсистемы [12,13,14]

| Системный уровень | Показатели | Единица | Свойства показателей |
|----------------------|--------------------------|-----------|--------------------------|
| производство энергии | объем добыча сырого угля | 10 тыс. т | положительный показатель |
| | объем производства кокса | 10 тыс. т | положительный показатель |
| | объем Добыча сырой нефти | 10 тыс. т | положительный показатель |

Окончание таблицы 1

| Системный уровень | Показатели | Единица | Свойства показателей |
|----------------------|--|--------------------------|--------------------------|
| производство энергии | производство бензина | 10 тыс. т | положительный показатель |
| | производство мазута | 10 тыс. т | положительный показатель |
| | производство керосина | 10 тыс. т | положительный показатель |
| | добыча природного газа | 100 млн куб. м | положительный показатель |
| | производство гидроэлектроэнергии | 100 млн кВт-ч | положительный показатель |
| | производство тепловой энергии | 100 млн кВт-ч | положительный показатель |
| | городское газоснабжение | 100 млн куб. м | положительный показатель |
| | городская энергетика | 100 млн кВт-ч | положительный показатель |
| потребление энергии | городские поставки сжиженного нефтяного газа | 10 тыс. т | положительный показатель |
| | общее энергопотребление | 10 тыс. т условного угля | отрицательный показатель |
| | потребление угля | 10 тыс. т | отрицательный показатель |
| | потребление кокса | 10 тыс. т | отрицательный показатель |
| | потребление сырой нефти | 10 тыс. т | отрицательный показатель |
| | потребление бензина | 10 тыс. т | отрицательный показатель |
| | потребление керосина | 10 тыс. т | отрицательный показатель |
| | потребление мазута | 10 тыс. т | отрицательный показатель |
| | потребление дизельного топлива | 10 тыс. т | отрицательный показатель |
| | потребление природного газа | 100 млн куб. м | положительный показатель |
| | потребление электроэнергии | 100 млн кВт-ч | положительный показатель |
| | потребление природного газа населением | 10 тыс. людей | положительный показатель |
| | потребление сжиженного нефтяного газа населением | 10 тыс. людей | положительный показатель |

Таблица 2

Система индексов оценки экономической подсистемы [12,13,14]

| Системный уровень | Показатели | Единица | Свойства показателей |
|----------------------------|--|--------------|--------------------------|
| уровень производства | валовой внутренний продукт | 100 млн Юань | положительный показатель |
| | доля вторичной промышленности в ВВП | % | положительный показатель |
| | доля третичной промышленности в ВВП | % | положительный показатель |
| | ВВП на душу населения | Юань/чел. | положительный показатель |
| | промышленная добавленная стоимость | 100 млн Юань | положительный показатель |
| уровень урбанизации | доля городского населения | % | положительный показатель |
| | доля сельских самозанятых в общей численности населения | % | положительный показатель |
| | доля сельскохозяйственной рабочей силы в общей численности социальной рабочей силы | % | положительный показатель |
| | уровень городской безработицы | % | отрицательный показатель |
| Уровень внешней торговли | общий объем экспорта | тыс. долл. | положительный показатель |
| | общий импорт | тыс. долл. | положительный показатель |
| уровень доходов и расходов | количество предприятий с иностранным капиталом | семья | положительный показатель |
| | бюджетный доход | 100 млн Юань | положительный показатель |
| | финансовые расходы | 100 млн Юань | положительный показатель |
| уровень потребления | премии страховой отрасли | 100 млн Юань | положительный показатель |
| | потребительские расходы городских жителей на душу населения | Юань | положительный показатель |
| | располагаемый доход городских жителей на душу населения | Юань | положительный показатель |
| | национальный уровень потребления | Юань | положительный показатель |
| | общий объем розничных продаж социальных потребительских товаров | 100 млн Юань | положительный показатель |

Таблица 3

Система индексов оценки экологической подсистемы [12,13,14]

| Системный уровень | Показатели | Единица | Свойства показателей |
|------------------------------|---|----------------|--------------------------|
| экологические преимущества | ежедневное потребление воды на душу населения | л | положительный показатель |
| | водные ресурсы на душу населения | куб. м /чел. | положительный показатель |
| загрязнение окружающей среды | общие выбросы диоксида серы | 10 тыс. т | отрицательный показатель |
| | образование твердых промышленных отходов | 10 тыс. т | отрицательный показатель |
| | промышленные выбросы ХПК | 10 тыс. т | отрицательный показатель |
| экологическое управление | общее экологическое потребление воды | 100 млн куб. м | положительный показатель |
| | завершены инвестиции в борьбу с промышленными загрязнениями | 10 тыс. юаней | положительный показатель |
| | комплексная утилизация твердых промышленных отходов | 10 тыс. т | положительный показатель |
| | объем захоронения твердых промышленных отходов | 10 тыс. т | положительный показатель |
| | зона контроля водной и почвенной эрозии | тыс. га | положительный показатель |
| | очистные канализационные сооружения | количество | положительный показатель |

Окончание таблицы 3

| Системный уровень | Показатели | Единица | Свойства показателей |
|--------------------------|--|----------------|--------------------------|
| экологическое управление | суточная мощность очистки городских сточных вод | 10 тыс. куб. м | положительный показатель |
| | безвредный уровень переработки твердых бытовых отходов | % | положительный показатель |
| | инвестиции, совершаемые ежегодно в лесной отрасли | 10 тыс. юаней | положительный показатель |
| зеленый статус | лесной массив | 10 тыс. га | положительный показатель |
| | опустыненная территория | несколько га | отрицательный показатель |
| | посевная площадь | тыс. га | положительный показатель |
| | уровень лесного покрова | % | положительный показатель |
| | водосберегающая зона орошения | тыс. га | положительный показатель |
| | общая площадь лесонасаждений | тыс. га | положительный показатель |
| | городская зеленая зона | несколько га | положительный показатель |

В качестве выборки для исследования выбраны 30 провинций Китая с 2005 по 2020 г.. Была построена система индексов оценки скоординированного уровня развития системы 3Э Китая, а затем 30 провинций были разделены на четыре основных региона: восток, средний, запад и северо-восток в соответствии со стандартами экономического регионального подразделения Национального бюро статистики. Уровень скоординированного развития систем 3Э в провинциях внутри региона и различия между провинциями были измерены. Стандарты классификации для каждого региона приведены в табл. 4.

Таблица 4

Стандарты классификации экономических регионов Китая

| Регион | Провинции, входящие в регион |
|-------------------------|--|
| Восточный регион | Пекин, Тяньцзинь, Хэбэй, Шанхай, Цзянсу, Чжэцзян, Фуцзянь, Шаньдун, Гуандун, Хайнань |
| Центральный регион | Шаньси, Аньхой, Цзянси, Хэнань, Хубэй, Хунань |
| Западный регион | Внутренняя Монголия, Гуанси, Чунцин, Сычуань, Гуйчжоу, Юньнань, Тибет, Шэньси, Ганьсу, Цинхай, Нинся, Синьцзян |
| Северо-Восточный регион | Ляонин, Цилинь, Хэйлуцзян |

Учитывая, что каждый показатель по-разному влияет на оценку уровня устойчивого развития, в данной статье будет использоваться энтропийный метод для взвешивания каждого показателя в системе показателей оценки системы 3Э. Для стандартизации данных будет использоваться метод экстремальных значений:

$$\text{положительный показатель: } x_{sjp} = \frac{y_{sjp} - \min(y_{sj})}{\max(y_{sj}) - \min(y_{sj})}; \tag{1}$$

$$\text{отрицательный показатель: } x_{sjp} = \frac{\max(y_{sj}) - y_{sjp}}{\max(y_{sj}) - \min(y_{sj})} \tag{2}$$

где:

x_{sjp} – значение после стандартизации;

y_{sjp} – исходные данные j-го показателя в s-й провинции в p-м году;

$\max(y_{sj})$ и $\min(y_{sj})$ – максимальное и минимальное значения j-го показателя соответственно.

Построим стандартизованную матрицу P:

$$p_{sjp} = \frac{x_{sjp}}{\sum_{i=1}^n x_{sjp}} \tag{3}$$

Рассчитаем значение энтропии j-го показателя:

$$e_j = -k \sum_{i=1}^n p_{sjp} \ln p_{sjp}, \tag{4}$$

Вычисляем избыточность (разность) значения энтропии:

$$d_j = 1 - e_j \tag{5}$$

Рассчитываем вес каждого показателя:

$$\omega_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^m d_j}, j = 1, 2, 3, \dots, m. \tag{6}$$

Рассчитываем индекс согласованного развития каждой подсистемы системы 3Э отдельно:

$$S_{sp} = \sum_{j=1}^m \omega_j x_{sjp}, j = 1, 2, 3, \dots, n \tag{7}$$

Для дальнейшего изучения связей и координации между подсистемами системы 3Э строится модель оценки степени координации муфты системы 3Э Китая на основе индекса скоординированного развития трех систем. Совмещенный индекс скоординированного развития может обеспечить более четкое понимание взаимосвязей между тремя подсистемами (энергетики, экономики и окружающей среды). Формула расчета индекса согласованного развития между подсистемами выглядит следующим образом:

$$\left. \begin{aligned} T_{xy} &= \alpha S(x) + \beta S(y) \\ T_{xz} &= \alpha S(x) + \gamma S(z) \\ T_{yz} &= \beta S(y) + \gamma S(z) \end{aligned} \right\} \tag{8}$$

где:

$xу, xz, yz$ – энергоэкономическая подсистема, энергоэкологическая подсистема и экономико-экологическая подсистема соответственно;

$S(x), S(y), S(z)$ – согласованный индекс развития энергетической, экономической и экологической подсистем соответственно;

T_{xy}, T_{xz}, T_{yz} – индекс координации энергоэкономической подсистемы, энергоэкологической подсистемы и экономико-экологической подсистемы соответственно;

$\alpha=\beta=\gamma=1/2$, что представляет собой вес влияния каждой подсистемы.

Формула расчета модели степени связи подсистемы имеет следующий вид:

$$\left. \begin{aligned} C_{xy} &= \frac{2\sqrt{S(x)S(y)}}{S(x)+S(y)} \\ C_{xz} &= \frac{2\sqrt{S(x)S(z)}}{S(x)+S(z)} \\ C_{yz} &= \frac{2\sqrt{S(y)S(z)}}{S(y)+S(z)} \end{aligned} \right\} \quad (9)$$

где:

C_{xy}, C_{xz}, C_{yz} – степени связи энерго-экономической подсистемы, энерго-экологической подсистемы и экономико-экологической подсистемы соответственно.

Формула расчета степени связанности и согласованности развития подсистем выглядит следующим образом:

$$\left. \begin{aligned} D_{xy} &= \sqrt{C_{xy}T_{xy}} \\ D_{xz} &= \sqrt{C_{xz}T_{xz}} \\ D_{yz} &= \sqrt{C_{yz}T_{yz}} \end{aligned} \right\} \quad (10)$$

где:

D_{xy}, D_{xz}, D_{yz} – совмещенный согласованный показатель развития энергоэкономической подсистемы, энергоэкологической подсистемы и экономико-экологической подсистемы.

Формула расчета индекса координации системы 3Э выглядит следующим образом:

$$T_{3E} = \alpha S(x) + \beta S(y) + \gamma S(z) \quad (11)$$

где:

3Э – система энергетика-экономика-экология;

T_{3E} – индекс координации системы 3Э;

$\alpha=\beta=\gamma=1/3$ – это вес влияния каждой подсистемы в системе 3Э.

Формула расчета степени связи системы 3Э:

$$C_{3E} = \frac{3\sqrt{S(x)S(y)S(z)}}{S(x)+S(y)+S(z)} \quad (12)$$

где:

C_{3E} – степень связи системы 3Э.

Формула расчета совместного и скоординированного развития системы 3Э выглядит следующим образом:

$$D_{3E} = \sqrt{C_{3E}T_{3E}} \quad (13)$$

где:

D_{3E} – индекс сцепления и скоординированного развития системы 3Э.

Индекс развития координации сцепления находится в пределах от 0 до 1. Чем больше индекс, тем выше уровень развития сцепления. Критерии классификации степени связанности и согласованного развития приведены в табл. 5.

Таблица 5

Критерии оценки степени согласованности

| Индекс сцепления и скоординированного развития | Уровень координации | Индекс сцепления и скоординированного развития | Уровень координации |
|--|------------------------|--|-----------------------------|
| $0 < D \leq 0.1$ | крайний беспорядок | $0.5 \leq D < 0.6$ | неохотная координация |
| $0.1 \leq D < 0.2$ | тяжелое расстройство | $0.6 \leq D < 0.7$ | первичная координация |
| $0.2 \leq D < 0.3$ | умеренное расстройство | $0.7 \leq D < 0.8$ | координация среднего уровня |
| $0.3 \leq D < 0.4$ | легкое расстройство | $0.8 \leq D < 0.9$ | хорошая координация |
| $0.4 \leq D < 0.5$ | на грани беспорядка | $0.9 \leq D < 1$ | качественная координация |

Метод коэффициента Джини обычно можно использовать для оценки индивидуальных различий в определенных признаках в регионе. В этой статье коэффициент Джини используется для измерения различий в уровне согласованного развития системы 3Э между провинциями четырех основных регионов – Восточного, Центрального, Западного и Северо-Восточного Китая. Диапазон значений коэффициента Джини составляет $G \in [0, 1]$. Чем ближе G к 0, тем меньше разница в координации системы 3Э между провинциями. Чем ближе G к 1, тем больше разница в координации системы 3Э между провинциями.

$$G = \sum_{j=1}^k \sum_{h=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} \sum_{r=1}^{n_h} |y_{ji} - y_{hr}| / 2n^2 \bar{y} \quad (14)$$

где:

y_{ji} (y_{hr}) – степень координации системы 3Э провинции i (r) в регионе j (h);

\bar{y} – среднее значение степени координации системы 3Э;

n – количество провинций;

k – количество регионов;

n_j (n_h) – количество провинций в подгруппе;

j (h), $j = 1.2.3 \dots, k$. i , и r – разные провинции внутри подгруппы j (h).

На основе построенной системы индексов в данной статье используется энтропийный метод для расчета комплексной оценки каждой подсистемы Китая и индекса скоординированного развития. В табл. 6 показаны комплексные оценки каждой подсистемы и индекс согласованного развития между системами в энергетической, экономической и экологической системах Китая с 2005 по 2020 г..

Таблица 6

Комплексный балл и степень координации энергетической, экономической и экологической систем Китая с 2005 по 2020 г.

| Годы | Энергетическая система | Экономическая система | Экологическая система | Комплексная степень координации | Энергетика-Экономика | Экономика-Окружающая среда | Энергетика-Окружающая среда |
|------|------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|----------------------|----------------------------|-----------------------------|
| 2005 | 0.473 | 0.138 | 0.179 | 0.289 | 0.294 | 0.166 | 0.489 |
| 2006 | 0.449 | 0.157 | 0.136 | 0.244 | 0.379 | 0.138 | 0.274 |
| 2007 | 0.448 | 0.193 | 0.149 | 0.339 | 0.469 | 0.226 | 0.36 |
| 2008 | 0.452 | 0.211 | 0.187 | 0.424 | 0.506 | 0.315 | 0.478 |
| 2009 | 0.415 | 0.250 | 0.261 | 0.47 | 0.478 | 0.428 | 0.503 |
| 2010 | 0.409 | 0.335 | 0.299 | 0.523 | 0.526 | 0.522 | 0.516 |
| 2011 | 0.376 | 0.385 | 0.259 | 0.356 | 0.306 | 0.515 | 0.266 |
| 2012 | 0.374 | 0.452 | 0.307 | 0.327 | 0.258 | 0.591 | 0.229 |
| 2013 | 0.445 | 0.504 | 0.346 | 0.673 | 0.726 | 0.645 | 0.651 |
| 2014 | 0.460 | 0.558 | 0.586 | 0.805 | 0.787 | 0.804 | 0.822 |
| 2015 | 0.459 | 0.591 | 0.599 | 0.818 | 0.8 | 0.825 | 0.826 |
| 2016 | 0.452 | 0.639 | 0.719 | 0.85 | 0.803 | 0.895 | 0.856 |
| 2017 | 0.445 | 0.726 | 0.739 | 0.866 | 0.816 | 0.939 | 0.843 |
| 2018 | 0.472 | 0.783 | 0.770 | 0.934 | 0.904 | 0.973 | 0.924 |
| 2019 | 0.495 | 0.844 | 0.750 | 0.976 | 0.974 | 0.987 | 0.966 |
| 2020 | 0.506 | 0.838 | 0.735 | 0.984 | 0.993 | 0.979 | 0.981 |

Визуализируем комплексные оценки трех систем Китая с 2005 по 2020 г. (рис. 1).

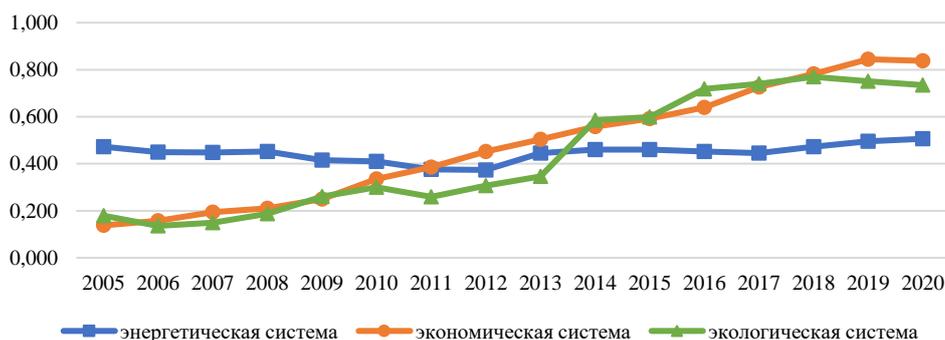


Рис. 1. Комплексные оценки трех систем Китая с 2005 по 2020 г.

Объединив табл. 6 и рис. 1, можно увидеть, что совокупные оценки трех систем энергетики, экономики и окружающей среды растут из года в год. Визуализируем степень координации трех систем Китая с 2005 по 2020 г. (рис. 2).



Рис. 2. Степень координации трех систем Китая в период с 2005 по 2020 г.

Судя по рис. 2, степень комплексной координации систем 3Э энергетики, экономики и окружающей среды демонстрировала тенденцию к росту с 2005 по 2010 г.. Чтобы дополнительно проанализировать изменяющиеся характеристики связи и координации систем 3Э в 30 провинциях Китая, использовали метод оценки координации для расчета коэффициента развития координации систем 3Э в 30 провинциях Китая с 2005 по 2020 г.. Конкретные результаты показаны на рис. 3.

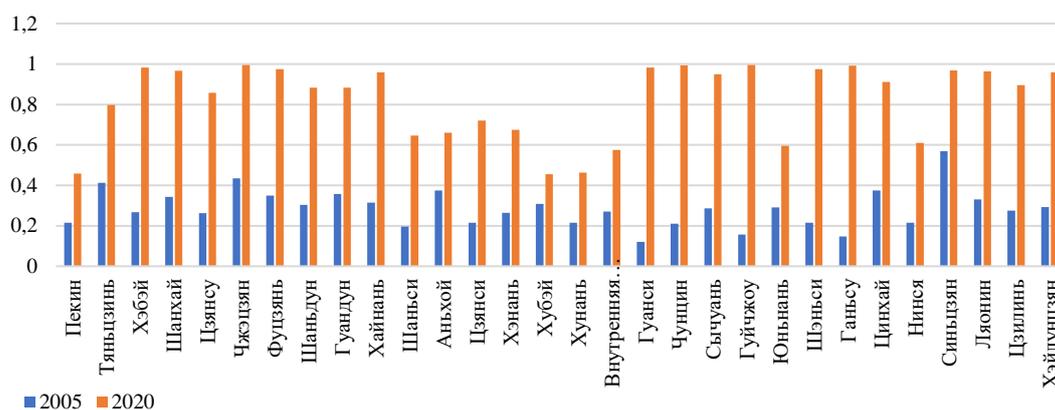


Рис. 3. Степень координации систем 3Э в 30 провинциях Китая с 2005 по 2020 г.

На рис. 3 показана разница в степени координации систем 3Э в каждой провинции и траектория ее изменения во времени. Чтобы лучше понять различия в степени координации системы 3Э в четырех основных регионах Китая, коэффициенты Джини четырех основных регионов были рассчитаны по формуле (14). Конкретные результаты показаны в табл. 7 и на рис. 4.

Таблица 7

Коэффициент Джини степени координации систем 3Э в четырех основных регионах Китая с 2005 по 2020 г.

| Год | Восточный район | Центральный регион | Западный регион | Северо-Восточный регион |
|------|-----------------|--------------------|-----------------|-------------------------|
| 2005 | 0.112 | 0.129 | 0.24 | 0.041 |
| 2006 | 0.116 | 0.095 | 0.177 | 0.023 |
| 2007 | 0.140 | 0.071 | 0.178 | 0.237 |
| 2008 | 0.114 | 0.055 | 0.104 | 0.075 |
| 2009 | 0.145 | 0.097 | 0.121 | 0.05 |
| 2010 | 0.120 | 0.063 | 0.113 | 0.062 |
| 2011 | 0.131 | 0.088 | 0.177 | 0.115 |
| 2012 | 0.146 | 0.111 | 0.172 | 0.111 |
| 2013 | 0.058 | 0.059 | 0.081 | 0.01 |
| 2014 | 0.049 | 0.042 | 0.098 | 0.026 |
| 2015 | 0.047 | 0.076 | 0.088 | 0.016 |
| 2016 | 0.043 | 0.106 | 0.074 | 0.01 |
| 2017 | 0.047 | 0.069 | 0.118 | 0.029 |
| 2018 | 0.039 | 0.102 | 0.106 | 0.066 |
| 2019 | 0.044 | 0.143 | 0.119 | 0.047 |
| 2020 | 0.080 | 0.091 | 0.095 | 0.016 |

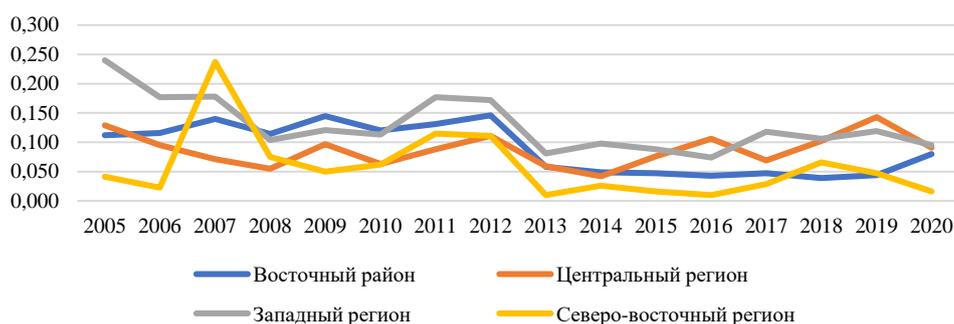


Рис. 4. Коэффициент Джини степени координации систем 3Э в четырех основных регионах Китая с 2005 по 2020 г.

Уровень координации трех провинций северо-восточного региона значительно увеличился, а различия между провинциями постепенно уменьшаются.

Заключение

На основе данных по 30 провинциям Китая за период с 2005 по 2020 г. формализованы система оценки индекса скоординированного развития и модель оценки степени сцепления координации для трех систем (энергетики, экономики и окружающей среды). Были измерены уровни скоординированного развития подсистем энергетики, экономики и окружающей среды в 30 провинциях Китая, а также уровни сцепления координации между подсистемами. Хотя уровень скоординированного развития 3Э в 30 провинциях Китая из года в год демонстрирует тенденцию к повышению, с точки зрения региональных различий все еще существуют очевидные региональные различия в уровне развития координации систем 3Э. Среди них провинции центрального региона имеют существенные различия в уровне согласованного развития

системы 3E по сравнению с тремя другими регионами. Более того, существует также большой разрыв в уровне скоординированного развития между провинциями центрального региона. Правительственным ведомствам необходимо сформулировать дифференцированную политику развития, адаптированную к местным условиям, основываясь на региональных различиях в скоординированных уровнях развития системы 3E в 30 провинциях и четырех крупных регионах Китая, уделяя особое внимание центральному региону и провинциям со слабыми скоординированными уровнями развития. Необходимо повысить эффективность использования энергии, увеличить инвестиции в энергосберегающие технологии и технологии сокращения выбросов, а также дальнейшее совершенствование норм по охране окружающей среды, усилить надзор за предприятиями и коренным образом изменить среду экономического развития.

Литература

1. An Guixin, Yao Shuai. Research on the coordinated development evaluation of 3E system in Shandong Province based on entropy weight fuzzy matter-element model // Henan Science, 2015. – № 33. – P. 2211-2216.
2. Chen Liming, Wang Ying, Tian Jianfang. Empirical research on coordination of China's provincial energy-economy-environment system // Financial Theory and Practice, 2015. – № 36. – P. 105-110.
3. Khan A, Muhammad F, Chenggang Y, et al. The impression of technological innovations and natural resources in energy-growth-environment nexus: A new look into BRICS economies // Science of The Total Environment, 2020. – № 727.
4. Liu Lina, Qu Jiansheng, Han Jinyu, Zhang Hongfen. Evaluation and analysis of coupled and coordinated development of 3E systems in the Yellow River Basin // Coal Economic Research, 2020.
5. Liu Yinge, Wang Shaoxiong. Comprehensive evaluation of coordination degree of 3E system in Shaanxi Province based on entropy weight P-S-R model // Environmental Protection Science, 2018. – № 44. – P. 42-49.
6. Luo Fuzhou, Zhang Nuonan. Analysis of spatiotemporal coupling coordination degree of China's inter-provincial energy utilization-economic development-environmental protection system // Environmental Pollution and Prevention, 2020. – № 42. – P. 884-889.
7. Uribe-toril J, Ruiz-real J L, Milán-garcía J, et al. Energy, economy, and environment: A world-wide research update // Energies, 2019.
8. Wang Feng, Fu Lifeng, Qin Yuhui. Spatio-temporal differences and trend prediction of provincial "energy-economy-environment" (3E) system coordination // Journal of Shanxi University of Finance and Economics, 2016. – № 38. – P. 15-27.
9. Xu Xiaoya, Hu Chaozhu, Li Hanfang. Research on coupling coordination degree of provincial 3E system based on principal components // Journal of Hubei University of Technology, 2023. – P. 103-110.
10. Yan Yunan, Liu Yubang. Research on evaluation of coupling coordination degree of Sichuan 3E system based on distance coordination degree and GM model // Practice and Understanding of Mathematics, 2020. – № 24. – P. 241-250.
11. Yan Yunan, Liu Yubang. Research on evaluation of coupled coordination degree of Sichuan 3E system based on distance coordination and GM model // Practice and Understanding of Mathematics, 2020. – № 50. – P. 241-250.
12. Yang Zhiqing. Evaluation and analysis of green development of energy, economy and environment (3E) system in Henan Province // Journal of Henan Agricultural University, 2021. – № 55. – P. 180-190.
13. Zhao Di. The impact of energy conservation and emission reduction policies on my country's energy-economic-environmental system // Beijing: North China Electric Power University, 2017.
14. Zhao Tao, Yu Chenxia, Pan Hui. Research on coupling coordination degree of 3E1S system in low-carbon cities // Statistics and Decision-making, 2019. – № 35. – P. 131-135.

УДК 338.27

С.М. Никоноров, А.В. Шевчук, Сюй Юнь, Чжан Шулин
**ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ ПОТРЕБЛЕНИЕМ
 ЭНЕРГИИ И ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ КИТАЯ
 НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ IPAT**

S.M. Nikonorov, A.V. Shevchuk, Syuj Yun', Chzhan Shulin'
**A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN ENERGY
 CONSUMPTION AND ECONOMIC DEVELOPMENT
 OF CHINA BASED ON THE IPAT MODEL**

Ключевые слова: модель IPAT, прогноз ВВП, индекс декарплинга, Китай, экономический рост, энергетическое развитие, снижение энергопотребления, реструктуризация промышленности, зеленая экономика.

Keywords: IPAT model, GDP forecast, decoupling index, China, economic growth, energy development, energy consumption reduction, industrial restructuring, green economy.

Цель: актуализация исследования модели IPAT важна в контексте диверсификации методов анализа потребления энергии и его воздействия на окружающую среду. Обсуждение: в статье на основе модели IPAT рассматривается взаимосвязь между ВВП Китая и потреблением энергии с 1993 по 2022 г., а также прогнозируется ВВП и потребление энергии в период «XIV пятилетки». Большая часть энергопотребления и ВВП Китая в период с 1993 по 2022 г. относится к степени относительного декарплинга, с 1997 по 1999 г. – к степени абсолютного декарплинга, с 2000 по 2003 г. – к степени недекарплинга, остальная часть – к степени относительного декарплинга. Результаты: ВВП Китая в 2025 г. достигнет 132,46915 млрд юаней, а энергопотребление Китая составит 5,591366 млн т условного угля.

Purpose: updating the research of the IPAT model is important in the context of diversifying methods for analyzing energy consumption and its impact on the environment. Discussion: Based on the IPAT model, the paper examines the relationship between China's GDP and energy consumption from 1993 to 2022, and forecasts GDP and energy consumption during the "XIV Five-Year Plan" period. Most of China's energy consumption and GDP in the period from 1993 to 2022 belongs to the degree of relative decoupling, from 1997 to 1999 - to the degree of absolute decoupling, from 2000 to 2003 - to the degree of non-decoupling, and the rest to the degree of relative decoupling. Results: China's GDP in 2025 will reach 132.46915 billion yuan, and China's energy consumption will be 5.591366 million tons of equivalent coal.

Электронный адрес: nico.73@mail.ru, avs@sops.ru, 370202279@qq.com, 2534415499@qq.com

Введение

Взаимосвязь между потреблением энергии и экономическим ростом всегда была одной из ключевых тем в экономической сфере. В условиях растущего спроса на энергию, влияние потребления энергии на экономический рост актуализируется. Потребление энергии уже оказало серьезное воздействие на окружающую среду. Исследования взаимосвязи между потреблением энергии в Китае и его экономическим ростом имеют важное практическое значение и могут предоставить правительству научную основу для политики устойчивого развития и стратегии экономического развития.

Методы

В 1956 году Солоу предложил модель роста для исследования взаимосвязи между потреблением энергии и экономическим ростом. В 1978 году Крафт [1] исследовал взаимосвязь между потреблением энергии и ВНП в США с 1947 по 1974 г. ЭШ [2] использовал тест причинности Грейнджера, чтобы подтвердить причинную связь между потреблением энергии и ВНП на Филиппинах. Масих [3] и Угур [4] исследовали долгосрочную связь между потреблением энергии и ВВП странах Европы и Азии. Ван Сяо [5] использовала модель векторной регрессии VAR и доказала, что существует долгосрочная коинтеграционная связь между потреблением энергии и экономическим ростом. У Ди, Лю Яо, Ли Бинь и Ван Лей [6-9] создали модель энергоэффективности, основанную на уравнении IPAT, и провели эмпирический анализ корреляции между экономическим ростом и потреблением энергии, в провинциях Юньнань и Сычуань. У Дандань [10] использовала модель декарплинга Тапио для анализа корреляции между экономическим ростом и потреблением энергии в высокотехнологичной обрабатывающей промышленности провинции Фуцзянь. Теоретически важным признаком координации окружающей среды, ресурсов, населения и экономического развития является то, что эти четыре фактора могут количественно соответствовать уравнению IPAT. Модель экономического декарплинга, основанная на уравнении IPAT, может обеспечить более полную оценку и прогнозирование факторов, влияющих на экономическое развитие, что помогает правительству более точно сформулировать политику и стратегии энергетического и экономического развития.

Индекс декарплинга и модель IPAT используются в качестве тестовых стандартов для проведения эмпирического анализа корреляции между экономикой Китая и потреблением энергии в период с 1993 по 2022 г.. В 1971 году Эрлих и др. предложили математическую формулу экологического экономического роста, которая используется для оценки взаимосвязи между окружающей средой, населением, экономикой и технологиями.

$$I = P \times A \times T, \tag{1}$$

где:

I (Воздействие) представляет показатели окружающей среды: выбросы загрязняющих веществ, потребление энергии, потребление ресурсов и т.д.;

P (Население) – численность населения в регионе;

A (Богатство) – индекс благосостояния, как правило, ВВП и ВВП на душу населения;

T (технология) – экологический показатель, формируемый на единицу ВВП, а именно $T = I/GDP$.

При решении вопросов энергопотребления выражение (1) преобразуют в:

$$I = P \times \frac{GDP}{P} \times \frac{I}{GDP} \tag{2}$$

Неизбежна тенденция изменения индекса благосостояния (GDP) и роста населения (P). Следовательно, только за счет снижения экологических показателей (I) можно гарантировать устойчивое экономическое развитие. Преобразуем выражение (2) и получим:

$$I = GDP \times T \tag{3}$$

Если потребление энергии в базовом году (базовый год для этой статьи – 1993 г.) $I_0 = GDP_0 \times T_0$, то потребление энергии через n лет $I_n = GDP_n \times T_n$; пусть g будет годовым темпом роста ВВП; t – годовой темп снижения энергопотребления, тогда:

$$GDP_n = GDP_0 \times (1 + g)^n \tag{4}$$

$$T_n = T_0 \times (1 - t)^n \tag{5}$$

Энергопотребление в n -м году составит:

$$I_n = GDP_0 \times T_0 \times (1 + g)^n \times (1 - t)^n = GDP_0 \times T_0 \times (1 + g - t - gt)^n \tag{6}$$

Диапазон значений I составляет $(1, +\infty)$. Структуру отношений модели декарпинга IPAT представим с помощью табл. 1 [10-12].

Таблица 1

Структура отношений модели декарпинга IPAT

| I | $(1 + g) \times (1 - t)$ | Критическая величина |
|------|--------------------------|-------------------------|
| <0 | <1 | - |
| $=0$ | $=1$ | $t_k = \frac{g}{1 + g}$ |
| >0 | >1 | - |

В табл. 1 $t_k = \frac{g}{1+g}$ представляет критическое значение постоянного потребления энергии. В условиях экономического роста потребление энергии может происходить в трех ситуациях, а именно:

- I_n остается неизменным, $g - t = gt$;
- I_n уменьшается с каждым годом, $g - t < gt$;
- I_n увеличивается с каждым годом, $g - t > gt$.

На основе уравнения IPAT Лу Чжунву [11] вывел индекс декарпинга между экономическим ростом и потреблением энергии:

$$D_n = \frac{t \times (1 + g)}{g} \tag{7}$$

где:

- D_n – индекс декарпинга в n -м году;
- g – ежегодные темпы роста ВВП;
- t – ежегодные темпы снижения энергопотребления на единицу ВВП.

Индекс декарпинга выражает связь декарпинга между потреблением ресурсов и экономическим ростом. Классификацию индексов декарпинга IPAT представим в табл. 2 [6-9].

Таблица 2

Классификации индекса декарпинга IPAT

| Степень декарпинга | Экономический рост ($g > 0$) | Экономический спад ($g < 0$) |
|-------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| абсолютный декарпинг | $D_n \geq 1$ | $D_n < 0$ |
| относительный декарпинг | $0 < D_n < 1$ | $0 < D_n < 1$ |
| недекарпинг | $D_n < 0$ | $D_n \geq 1$ |

Временной интервал данных составляет 30 лет с 1993 по 2022 г. Общее потребление энергии в Китае, ВВП и пр. были выбраны в качестве ключевых переменных, а данные были взяты из Национального бюро статистики и Статистического ежегодника Китая с 1994 по 2023 г. [12].

Результаты

Эмпирический анализ данных о ВВП Китая и потребления электроэнергии представим в табл. 3 [11,12].

Таблица 3

Значения данных, относящиеся к ВВП Китая, потреблению энергии, g и t с 1993 по 2022 г.

| Год | GDP (млрд юаней) | I (Десять тыс. т условного угля) | g | t | tk | $t - tk$ |
|------|--------------------|------------------------------------|--------|--------|---------|----------|
| 1993 | 35673.2 | 115993 | - | - | - | - |
| 1994 | 48637.5 | 122737 | 36.34% | 22.39% | -26.65% | 49.05% |
| 1995 | 61339.9 | 131176 | 26.12% | 15.26% | -20.71% | 35.96% |
| 1996 | 71813.6 | 138948 | 17.07% | 9.52% | -14.58% | 24.11% |
| 1997 | 79715 | 138173 | 11.00% | 10.41% | -9.91% | 20.33% |
| 1998 | 85195.5 | 136000 | 6.88% | 7.90% | -6.43% | 14.34% |
| 1999 | 90564.4 | 122000 | 6.30% | 15.61% | -5.93% | 21.54% |
| 2000 | 100280.1 | 146964 | 10.73% | -8.79% | -9.69% | 0.90% |
| 2001 | 110863.1 | 155547 | 10.55% | 4.26% | -9.55% | 13.81% |
| 2002 | 121717.4 | 169577 | 9.79% | 0.70% | -8.92% | 9.62% |
| 2003 | 137422 | 197083 | 12.90% | -2.94% | -11.43% | 8.49% |
| 2004 | 161840.2 | 230281 | 17.77% | 0.78% | -15.09% | 15.87% |
| 2005 | 187318.9 | 261369 | 15.74% | 1.94% | -13.60% | 15.54% |

| Год | GDP (млрд юаней) | I (Десять тыс. т условного угля) | g | t | tk | $t - tk$ |
|------|------------------|----------------------------------|--------|--------|---------|----------|
| 2006 | 219438.5 | 286467 | 17.15% | 6.44% | -14.64% | 21.08% |
| 2007 | 270092.3 | 311442 | 23.08% | 11.67% | -18.75% | 30.43% |
| 2008 | 319244.6 | 320611 | 18.20% | 12.91% | -15.40% | 28.30% |
| 2009 | 348517.7 | 336126 | 9.17% | 3.97% | -8.40% | 12.37% |
| 2010 | 412119.3 | 360648 | 18.25% | 9.26% | -15.43% | 24.70% |
| 2011 | 487940.2 | 387043 | 18.40% | 9.36% | -15.54% | 24.90% |
| 2012 | 538580 | 402138 | 10.38% | 5.87% | -9.40% | 15.27% |
| 2013 | 592963.2 | 416913 | 10.10% | 5.83% | -9.17% | 15.01% |
| 2014 | 643563.1 | 428334 | 8.53% | 5.34% | -7.86% | 13.20% |
| 2015 | 688858.2 | 434113 | 7.04% | 5.31% | -6.58% | 11.89% |
| 2016 | 746395.1 | 441492 | 8.35% | 6.14% | -7.71% | 13.85% |
| 2017 | 832035.9 | 455827 | 11.47% | 7.38% | -10.29% | 17.67% |
| 2018 | 919281.1 | 471925 | 10.49% | 6.29% | -9.49% | 15.78% |
| 2019 | 986515.2 | 487488 | 7.31% | 3.74% | -6.82% | 10.56% |
| 2020 | 1013567 | 498314 | 2.74% | 0.51% | -2.67% | 3.18% |
| 2021 | 1149237 | 525896 | 13.39% | 6.92% | -11.81% | 18.73% |
| 2022 | 1204724 | 541000 | 4.83% | 1.87% | -4.61% | 6.47% |

Как видно из табл. 3, ВВП и потребление энергии Китая демонстрировали тенденцию к росту с 1993 по 2022 г. Среди них рассчитываются $g, t, tk, t - tk$, а g – годовые темпы роста ВВП. В 1994 году, 1995 году и 2007 году темпы роста ВВП были наибольшими, составляя 36,34%, 26,12%, и 23,08% соответственно. Темпы роста в 2020 году были наименьшими, составляя 2,74%. Здесь t – годовой темп снижения энергопотребления на единицу ВВП. Наибольшие годовые темпы снижения были в 1994 году, 1995 году, 1999 году и 2008 году. Основная причина – замедление экономического роста из-за экономического кризиса и реструктуризации промышленности. Мы обнаружили, что в период с 1993 по 2022 г. потребление энергии в Китае на единицу ВВП (t) превышало критическое значение, т.е. $t - tk > 0$, т.е. проблема энергопотребления в Китае постепенно решается (рис. 1) [11,12].

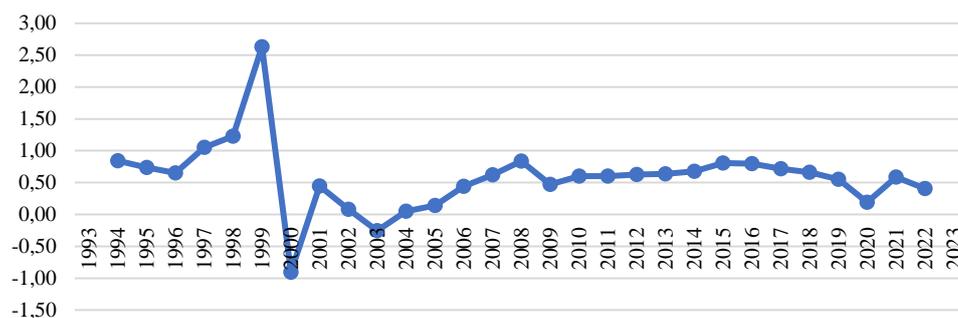


Рис. 1. Индекс декаплинга Китая с 1993 по 2022 г. [11,12]

Как видно из рис. 1, большая часть энергопотребления и ВВП Китая в период с 1993 по 2022 г. относится к степени относительного декаплинга.

Обсуждение

Мы обнаружили, что значение D_n в Китае значительно изменилось в 1993-2022 гг.:

- период с 1993 по 1999 г. D_n в Китае находился на высоком уровне; в 1999 году $D_n = 2.63$; потребление энергии снижалось с 1997 по 1999 г. потребление энергии из года в год демонстрировало тенденцию к снижению из-за дефляции, вызванной перепроизводством; т.е. инвестиции поступали из государственного сектора;

- в период с 2000 по 2005 г. D_n в Китае был низким; в 2000 году и 2003 году D_n составлял -0.91 и 0.26; общий экономический рост замедляется, а потребление энергии увеличивается; Китай постепенно вышел из азиатского финансового кризиса в 1997 году и вступил в ВТО в 2001 году, во время «X пятилетки» в 2001-2005 гг. был осуществлен большой объем инвестиций в строительство инфраструктуры и основной капитал; темпы роста энергопотребления превысили темпы экономического роста;

- с 2006 по 2022 г. Китай полностью находится в относительном декаплинге $0 < D_n < 1$; экономическое развитие Китая и потребление энергии стабилизировались; цель заключалась в оптимизации структуры промышленности и снижении энергопотребления на единицу ВВП примерно на 20%. $D_n = 0.84$ в 2008 году; в условиях пандемии COVID-19 и китайско-американской торговой войны в 2020 году рост ВВП Китая составил 2,3%; энергоемкие отрасли меньше пострадали от эпидемии, а потребление энергии находилось на высоком уровне.

Рассмотрим модель IPAT для прогнозирования энергопотребления и экономического роста в период «XIV пятилетки» в 2021-2025 гг.. Используем выражение (6), где GDP_0 – ВВП Китая в 2020 году, T_0 – энергопотребление Китая в 2010 году, g – темпы роста ВВП Китая в период «XIV пятилетки», t – темпы снижения энергопотребления Китая на единицу ВВП в период «XIV пятилетки». Целями развития Китая в период «XIV пятилетки» являются: среднегодовой темп роста ВВП на 5,5% и сокращение энергопотребления на единицу ВВП на 13,5%. Мы подсчитали, что общий темп роста ВВП Китая в период «XIV пятилетки» составляет примерно 30%, поэтому мы предполагаем: $g = 0.3$ и $t = 0.135$; $\frac{g}{1+g} = 0.23 > t$, т.е. общее потребление энергии в Китае будет увеличиваться по мере экономического роста в период «XIV пятилетки». Общее потребление энергии в Китае в 2025 году $I = (1 + 0.1245) \times I_0$ при сохранении среднегодового темпа роста ВВП Китая 5,5%, т.е. общее потребление энергии в Китае увеличилось на 12,45% по сравнению с 2020 года при среднегодовом темпе роста 2,33% (рис. 2).

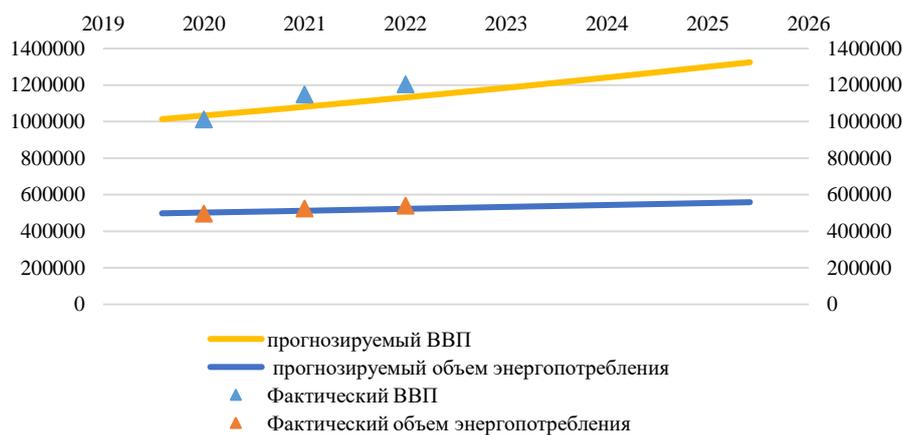


Рис. 2. Прогноз общего потребления энергии и ВВП Китая в период «XIV пятилетки» [11,12]

Фактический ВВП в 2021-2022 гг. превышает прогнозируемый ВВП, а фактическое потребление энергии близко к прогнозируемому объему энергопотребления. Ожидается, что в 2025 году ВВП Китая достигнет 132,46915 млрд юаней, и в 2025 году потребление энергии в Китае составит 5 591,366 млн т условного угля.

Заключение

Потребление энергии остается вопросом, от которого зависит, достигнет ли Китай пика выбросов углерода в 2030 году и достигли углеродной нейтральности в 2060 году. Большая часть энергопотребления и ВВП Китая в период с 1993 по 2022 г. относится к степени относительного декарпинга, с 1997 по 1999 г. – к степени абсолютного декарпинга, в 2000 году и 2003 году – к степени недекарпинга, а остальная часть – к степени относительного декарпинга. ВВП и потребление энергии Китая в период «XIV пятилетки» были предсказаны путем деформации уравнения IPAT. Результаты показывают, что общий темп роста ВВП Китая в период «XIV пятилетки» составлял примерно 30%, а рост энергопотребления в среднем составлял 2,33% в год. Результаты прогноза показывают, что ВВП Китая в 2025 году достигнет 132,46915 млрд юаней, а энергопотребление Китая в 2025 году составит 5,591366 млн т условного угля. Нам представляется целесообразным:

- ускорять технологические инновации в энергетической отрасли и повышать эффективность использования ресурсов;
- преобразовать традиционные отрасли в зеленую отрасль с использованием высоких и новых технологий, увеличить долю третичной промышленности и высокотехнологичных отраслей.

Литература

1. Документ 14-й пятилетний план национального экономического и социального развития Китайской Народной Республики и наброски долгосрочных целей на 2035 год.
2. Kraft J., Kraft A. On the relationship between energy and GNP // *The Journal of Energy and Development*, 1978. – P. 401-403.
3. Li Bin. Empirical study on China's economic development and energy consumption based on IPAT model // *China Management Informatization*, 2012. – P. 34-36.
4. Liu Yao. Empirical analysis of the relationship between economic growth and energy consumption // *Statistics and Decision Making*, 2018. – P. 141-144.
5. Lu Zhongwu, Wang Heming, Yue Qiang. Decoupling index: a quantitative expression of resource consumption, waste emissions and economic growth // *Resource Science*, 2011. – P. 2-9.
6. Masih A.M., Masih R. Energy consumption, real income and temporal causality: results from a multi-country study based on cointegration and error-correction modelling techniques // *Energy economics*, 1996. – № 18. – P. 165-183.
7. Soytas U., Sari R. Energy consumption and GDP: causality relationship in G-7 countries and emerging markets // *Energy economics*, 2003. – № 25. – P. 33-37.
8. Wan Lei Analysis and scenario prediction of energy consumption in Yunnan Province based on IPAT equation // *Journal of Kunming University of Science and Technology (Science and Technology Edition)*, 2009. – P. 93-96.
9. Wang Xiao The impact of energy industry investment and energy consumption on economic growth // *Statistics and Decision Making*, 2019. – P. 133-136.
10. Wu Dandan Analysis of the correlation between the growth and energy consumption of high-tech manufacturing industry in Fujian Province // *Modern Industrial Economics and Informatization*, 2022. – P. 4-7.
11. Wu Di. Research on the relationship between energy consumption and economic growth-taking Anhui Province as an example // *Journal of Shijiazhuang University*, 2024. – P. 76-82.
12. Yu E.S., Choi J.Y. The causal relationship between energy and GNP: an international comparison // *The Journal of Energy and Development*, 1985. – № 10. – P. 249-272.

УДК 330

П.В. Орлов

**МЕСТО СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ МАРКЕТИНГА
В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ**

P.V. Orlov

**THE PLACE OF MODERN MARKETING TECHNOLOGIES
IN THE INTERNET SPACE IN THE PROMOTION OF GOODS AND SERVICES**

Ключевые слова: маркетинг, социальные сети, инструменты, интернет-маркетинг, пользователи, поисковые системы, IT-технологии, целевая аудитория.

Keywords: marketing, social networks, tools, Internet marketing, users, search engines, IT technologies, target audience.

Цель: определить место современных технологий маркетинга в продвижении товаров и услуг в Интернет-пространстве. Обсуждение: в статье рассматриваются современные технологии маркетинга в интернет-пространстве при продвижении, особенности их реализации, а также перспективы их применения. Для укрепления позиционирования на рынке своих товаров и услуг компании вынуждены искать и разрабатывать инструменты продвижения, которые будут эффективны в условиях современного рынка. Результаты: современные темпы развития информационных технологий и их возможности растут ежедневно, в синтезе с Интернетом они проникают в повседневную жизнь каждого человека. Ускоряется и скорость внедрения технических инноваций. Результативность проведенных мероприятий по продвижению или продаже возможно посчитать при помощи доступных функций метрики, которые позволяют понять какой именно инструмент принесет больший эффект.

Purpose: to determine the place of modern marketing technologies in the promotion of goods and services in the Internet space.

Discussion: the article discusses modern marketing technologies in the Internet space for promotion, the features of their implementation, as well as the prospects for their application. To strengthen the market positioning of their goods and services, companies are forced to look for and develop promotion tools that will be effective in the modern market. Results: the modern pace of development of information technologies and their capabilities are growing every day; in synthesis with the Internet, they penetrate into the everyday life of every person. The rate of implementation of technical innovations is also accelerating. The effectiveness of promotional or sales activities can be calculated using the available metrics functions, which allow you to understand which particular tool will bring greater effect.

Электронный адрес: pav-ort@mail.ru

Введение

Современный уровень и темп роста экономики опирается на стремительно меняющиеся IT-технологии, которые позволяют создавать различные факторы конкурентоспособности для компаний, а также способствуют увеличению объемов производимых и продаваемых товаров и оказываемых услуг. Каждая компания начинает бороться за выживание на рынке. Для укрепления позиционирования на рынке своих товаров и услуг компании вынуждены искать и разрабатывать инструменты продвижения, которые будут эффективны в условиях современного рынка. Отметим, что актуальный уровень развития IT-технологий способствует увеличению уровня вовлеченности потребителей и производителей в использование электронных технических устройств в обычной жизни и производственном процессе. Феномен внедрения Интернета в различные сферы деятельности человека не обошел стороной и процесс функционирования маркетинга. Многие ученые посветили свои работы исследованию возможностей технологий маркетинга в интернет-пространстве, однако на сегодняшний момент остаются вопросы, требующие проработки.

Методы

Интернет-среда в современном мире приобретает все большую социальную направленность. Статистика свидетельствует о том, что на сегодняшний день общая численность пользователей социальных платформ составляет 1 млрд чел., что приближается к показателям поисковых систем. Активное использование социальных сетей как площадок для привлечения потребителей, создания потребительского спроса, позиционирования своего товара, сбора информации о конкурентах и мнения потребителей о том или ином товаре или услуге началось не так давно. Данные процессы провоцируют формирование различных трендов интернет-маркетинга и разработку эффективных технологий по их реализации.

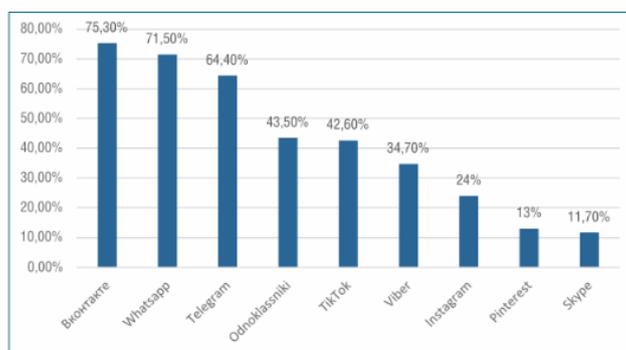


Рис. 1. Количество пользователей социальных сетей в России от 16-64 лет, %

Наблюдается ускорение темпов по внедрению интернет-маркетинга и его инструментов в деятельность современных компаний. Обратимся к данным статистики по нашей стране относительно степени проникновения Интернета в жизнь населения. По проведенным подсчётам агентства «We Are Social» [5], он составляет около 80% от общей численности

населения, и Россия с этим показателем занимает 7 место в мире. События после 2022 года, блокировка в РФ социальных сетей, принадлежащих компании Meta1, обусловили перераспределение пользователей в пользу российских проектов. Согласно исследованию, на январь 2024 г., процент пользователей социальных сетей и мессенджеров среди жителей России от 16 до 64 лет выглядел следующим образом (рис. 1). Исходя из этих данных, мы можем утверждать, что интернет-маркетинг будет опережать по результативности другие виды и способы продвижения (рис. 2).

Рейтинг Интернет-площадок России в 2024 году, млн чел.

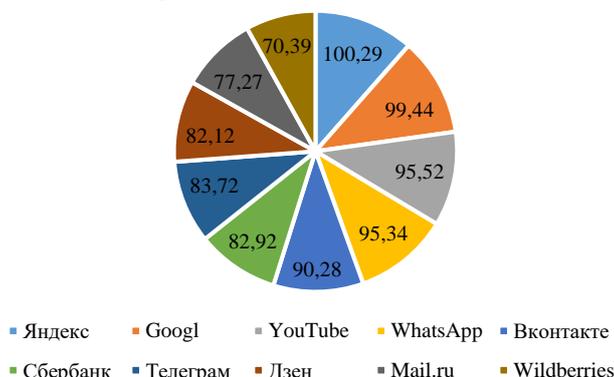


Рис. 2. Среднемесячный охват популярных интернет-площадок России (лица, старше 12 лет) на январь 2024 г., млн чел.

Итак, интернет-маркетинг – это проведение определённых мероприятий, направленных на продвижение и позиционирование продукции в рамках интернет-пространства. В качестве таких мероприятий может выступать:

- реклама на сайте;
- создание коммерческих сайтов в социальных сетях и продвижение их;
- PR;
- осуществление продажи товаров и услуг;
- сбор обратной связи и анализ результатов.

Отметим, что у интернет-рекламы есть преимущество, которое не свойственно традиционным видам маркетинга – она не имеет ограничительных факторов. Если рассматривать возможности онлайн маркетинга, способствующие привлечению потребителей в точку продажи, то интернет-реклама способна поспособствовать реализации большего перечня задач, таких как:

- презентовать потенциальной целевой аудитории свой товар или услугу, подробно рассказать о его свойствах, назначении, преимуществах;
- организовать получение контактных данных интересующихся продукцией потребителей для последующего возврата этих клиентов к покупке через интернет сеть;
- реализация продукции непосредственно в интернет-пространстве;
- сбор обратной связи от потребителей, незамедлительная реакция на возникающие недовольства от клиентов и принятие оперативных решений по устранению конфликтных ситуаций;
- разработка и проведение комплекса интерактивных мероприятий, направленных на пробуждение интереса потребителей к продукту и стимулированию их к покупке.

Результаты

Интернет-маркетинг плодотворно влияет на результативность реализации маркетинговых технологий, дополняя их своими особенностями и возможностями. Здесь помогает такой фактор как географическое прикреплению, которое дает более четкое вычленение целевой аудитории. Но если оно не работает по определенным причинам, то все равно происходит максимальный охват аудитории. По ряду обстоятельств мы отмечаем, что интернет-маркетинг приобретает широкое распространение и популярность, по сравнению с традиционным. Обозначим основные преимущества:

- меньший уровень затрат на реализацию инструментов продвижения;
- необходим меньший срок для наибольшего охвата целевой аудитории;
- интеграция различных вариантов метрик, позволяющих отслеживать количественно результат реализации маркетинговых мероприятий (подсчёт кликов);
- возможность кардинального изменения маркетинговой стратегии или смены инструментов продвижения в короткие сроки при появлении такой необходимости; такой маневр невозможен при применении традиционной рекламы в офлайн-маркетинге, так как рекламная компания действует по утверждённому плану на основе выделенного рекламного бюджета, произвести изменения возможно лишь с утверждением нового плана и выделения актуального объёма денежных средств на его реализацию [2].

В применении возможностей интернет-маркетинга есть как вышеперечисленные преимущества, так и ряд недостатков и сложностей при их осуществлении, которые стоит учитывать при формировании стратегии продвижения выбранного товара или услуги:

- в связи с тем, что все инструменты реализуются онлайн, важно иметь квалифицированного специалиста, который способен грамотно технически настроить и сопровождать осуществление запланированных маркетинговых мероприятий в интернет пространстве; от качественно выбранных параметров и произведенных настроек зависит итог всей компании, достижение поставленных целей в рамках установленного бюджета;
- продвижение онлайн предполагает потребность круглосуточного обеспечения ответов на поступающие заявки и запросы потенциальных клиентов; скорость и качество ответов на входящие запросы оценивается пользователями в рамках такого вида покупки;

– для эффективного продвижения в сети интернет и развитию лояльности к бренду стоит отдельное внимание на формирование лидогенерации; данный процесс призван привлечь внимание потребителя к нужному бренду, погрузить в него клиента, познакомить с его возможными маркетинговыми коммуникациями; в качестве показателей эффективной лидогенерации выступает число совершенных переходов на посадочные интернет-платформы бренда, при помощи призывов к действию, электронной переписки, комплекс действий и мероприятий, проводимых в социальных сетях [1].

Для начала реализации технологий маркетинга в интернете необходимо обеспечить ряд требований:

– наличие базы контактов e-mail;

– наличие специализированных информационных программ и сервисов, которые способствуют увеличению существующей рабочей базы e-mail; в данном процессе имеет значение аспект борьбы со спамом, т.к. на сегодняшний момент существуют алгоритмы и защитные модули, блокирующие спам [4].

Методы рекламы могут быть как платными, так и бесплатными, результат зависит от правильной настройки рекламы, например, через Яндекс.Директ. Несмотря на виртуальное пространство, в котором осуществляется деятельность в интернет-маркетинге, вкладываются реальные деньги, и это может быть дорого и безрезультатно. Поэтому люди, занимающиеся бизнесом в интернете, должны хорошо знать основы интернет-маркетинга. Основными и эффективными инструментами интернет-маркетинга являются следующие (рис. 3).

1. PR (public relations) – под связями с общественностью в маркетинге понимается сложный комплекс технологий, помогающий выстраивать взаимоотношения с определенными аудиториями, формировать образ продукта, компании, бренда. Основной инструмент связей с общественностью – это взаимодействие со СМИ. Компании применяют такие подходы, как создание информационных поводов, событий, информирование аудиторий об этих событиях через организацию презентаций, распространение пресс-релизов, новостей, заявлений и др. Широкое внедрение коммуникационных интернет-каналов добавляет в этот перечень возможность ведения собственных новостных лент и блогов. Плюсы данного подхода заключаются в том, что компания может не подстраиваться под узкую тематику СМИ, публиковать новости и обзоры любых событий, с другой стороны, очевидный минус состоит в том, что собственные информационные ленты могут быть недостаточно популярны и иметь небольшую аудиторию, в отличие от известных онлайн журналов.

2. Контекстная и баннерная реклама. Рассматривая классификацию интернет-рекламы по форме, можно назвать две основные формы: текстовую и мультимедийную, к которой можно также отнести и баннерную. Современные баннеры – это уже не просто статичные рисунки, или gif-анимация. Чаще это полноценное видео, либо интерактивные программные форматы, призванные вовлечь пользователя во взаимодействие с данным объявлением.

3. Поисковое продвижение (SEO).

4. Продвижение в социальных сетях (SMM). С развитием социальных платформ все чаще маркетологами стал использоваться термин SMM – social media marketing. По сути под ним понимается вся маркетинговая активность, проводимая на этих ресурсах. Это могут быть и различные коммуникационные мероприятия, в т.ч. реклама, стимулирование сбыта, прямой маркетинг (например, рассылки через личные сообщения), проведение опросов, анализ рынка и т.п. То есть social media – это еще более узкая среда, которая находится в границах интернет-среды, в рамках которой компания выполняет маркетинговые действия. Но большая часть этих действий, этой активности приходится все же на связи с общественностью, хотя приравнять PR в онлайн-среде к SMM нельзя. Перед началом работы в социальных медиа необходимо определиться: а все ли типы данных платформ правильно называть социальными сетями? На самом деле, социальной сетью в ее классическом понимании является тот ресурс, в функционале которого заложено построение сети контактов (занесение пользователей в «друзья», «друзья друзей» и проч.). К подобным медиа относится популярная российская соцсеть ВКонтакте.

5. Email-маркетинг или Мессенджер-маркетинг (messenger marketing) представляет собой комплекс маркетинговых мероприятий, осуществляемых через приложения для обмена сообщениями, с целью взаимодействия с существующими и потенциальными клиентами. Мессенджерами являются мобильные и десктопные приложения, которые позволяют пользователям обмениваться мгновенными текстовыми сообщениями, фотографиями, видеороликами, аудио и видеозвонками. Примерами таких приложений являются WhatsApp, Skype, Telegram, Facebook Messenger, Viber [3].



Рис. 3. Применяемые на сегодняшний день основные инструменты интернет-маркетинга

Обсуждение

Если рассматривать практический аспект применения каждого из представленных инструментов, то можно безусловно выявить как преимущества, так и недостатки. Все особенности необходимо учесть при принятии решения о выборе инструмента и технологии маркетинга, при создании стратегии продвижения выбранных товаров или услуг для

достижения постеленных целей. Динамика в развитии технологий современного маркетинга сети интернет связана с задачей специалистов-маркетологов приблизить его к ежедневной обыденности потребителей. Интернет-технологии являются основным фактором и инструментом, позволяющим маркетологам выйти на массы и найти целевую аудиторию. Слияние интернет технологий и маркетинга принесло отраслям промышленности прекрасные плоды, которые они ещё не достигали. Маркетинг и его концепции меняются, и они, несомненно, будут меняться и дальше, и основная часть, которую нельзя отрицать или игнорировать, – это появление интернет технологии как новой отрасли маркетинга, которая известна под названием «Цифровой маркетинг» или «Интернет-маркетинг». Интернет и коммуникации в целом, несомненно, стали неотъемлемой частью повседневной жизни населения всей планеты, особенно «Поколения Y» и «Поколения Z». И это также представляет тренд развития интернет-маркетинга. В этой связи, целью интернет-маркетинга является получение максимальной выгоды за счет удовлетворения потребностей именно молодежной аудитории как целевой и многочисленной. В современных условиях количество инструментов, которые применяются в практике интернет-маркетинга, постоянно растет. Происходит это благодаря развитию рекламного бизнеса и усилению тенденции перехода рекламы в сеть.

Заключение

Таким образом, современные темпы развития информационных технологий и их возможности растут ежедневно, в синтезе с Интернетом они проникают в повседневную жизнь каждого человека. Ускоряется и скорость внедрения технических инноваций. Каждое современное предприятие или организация стремятся применять возможности интернет-пространства для продвижения своей продукции, своего бренда, а эффективность данного процесса зависит от эффективности и правильности применения технологий интернет-маркетинга. Одним из преимуществ использования возможностей интернет-маркетинга является меньшая стоимость по сравнению с оффлайн-маркетингом, а эффективность проводимых маркетинговых мероприятий зачастую намного выше. Результативность проведенных мероприятий по продвижению или продаже возможно посчитать при помощи доступных функций метрики, которые позволяют понять какой именно инструмент принес большой эффект.

Литература

1. Ашманов И.С., Юдина О.В., Калинин А.Л. Оптимизация и продвижение в поисковых системах / И.С. Ашманов, О.В. Юдина, А.Л. Калинин. – СПб.: Издательство «Питер», 2019. – С. 112-150.
2. Барден Ф. «Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем». – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. – С. 98-135.
3. Будагов А.С., Молчанова Р.В. Будущее цифровых технологий в маркетинге // Актуальные проблемы экономики и управления, 2022. – № 2. – С. 16–23.
4. Воронок А. Полищук А. Актуальный интернет-маркетинг. – К.: «Агентство «ІРІО», 2018. – С. 35-58.
5. Зуенкова Ю.А. Маркетплейсы и их роль в развитии рынка страхования / Ю.А. Зуенкова, К.А. Шаурова, С.П. Кумзеров // Практический маркетинг, 2024. – № 3. – С. 34-39.
6. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О.Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О.Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – С. 97-109.
7. Михайлова А.С. Совершенствование программы маркетинговых коммуникаций компаний сотовых операторов под влиянием постпандемии Covid-19 // Молодой ученый, 2022. – № 47. – С. 140-142.
8. Сирбиладзе К.К. Семантическое ядро и кластеризация ключевых слов как составляющие интернет-маркетинга // Практический маркетинг, 2024. – № 2. – С. 29-33.
9. Соломахин А.А. Совершенствование процессов взаимодействия ИТ-компании с клиентами посредством внедрения сети чат-ботов на примере компании «Яндекс» / А.А. Соломахин, К.К. Сирбиладзе // Практический маркетинг, 2024. – № 4. – С. 62-65.
10. Шарапов Р.О. Этические проблемы рекламы в Интернете и пути их решения // Практический маркетинг, 2024. – № 2. – С. 39-43.
11. Щелик С.Ю. Формирование и продвижение личного бренда в сфере фотоуслуг на основе концепции человекоориентированного маркетинга / С.Ю. Щелик, А.Г. Будрин, А.В. Солдатова // Практический маркетинг, 2024. – № 4. – С. 9-18.
12. Fedorova E.S. Social media marketing is a new tool in the business // Проблемы Науки, 2022. – № 3.
13. Volkova I., Chen X., Shilina M. Gender social media marketing: the female dimension in China // International Journal of Media and Information Literacy, 2023. – № 1.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ: АКЦЕНТ НА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

P.V. Orlov

THE MAIN TRENDS IN DIGITAL MARKETING: FOCUS ON SOCIAL MEDIA

Ключевые слова: цифровой маркетинг, социальные сети, потребители, валидация, коммуникации, товаропроизводители, контент-маркетинг, интернет-реклама.

Keywords: digital marketing, social networks, consumers, validation, communications, commodity producers, content marketing, online advertising.

Цель: уточнение основной тенденции в цифровом маркетинге, ориентированной на востребованность у потребителей социальных сетей, что опосредует активность в них товаропроизводителей. Обсуждение: в статье исследуются точки зрения различных специалистов о ролевой участии цифрового маркетинга в эффективизации коммуникаций и аналитики, а также анализируется активность россиян в социальных сетях, охват аудитории различными социальными сетями. Результаты: сделан вывод о том, что количество времени потребления сегодня максимально проявляется в ВК, Тикток и Телеграмм. Наибольший охват потребления приходится на ВК и Телеграмм, что актуализирует особый интерес к ним со стороны товаропроизводителей. Больше количество времени потребители также проводят в Тикток, на втором месте стоит ВК, а далее Телеграмм. Значимым для товаропроизводителей является анализ и план размещения, ориентированного на потребителей, что также опосредует применение онлайн редакторов, графических дизайнов, и опору на аналитические инструменты для валидации посещения клиентами сайтов компаний, времени, проведенного в социальных сетях, и оценки эффективности взаимодействия с ними, что позволяет рационализировать работу.

Purpose: to clarify the main trend in digital marketing, focused on the demand among consumers of social networks, which mediates the activity of commodity producers in them. Discussion: the article examines the points of view of various experts on the role of digital marketing in the effectiveness of communications and analytics, and also analyzes the activity of Russians on social networks, audience coverage by various social networks. Results: it was concluded that the amount of time consumed today is maximally manifested in VK, Tiktok and Telegram. The greatest coverage of consumption is on VK and Telegram, which actualizes special interest in them on the part of commodity producers. Consumers also spend more time on Tiktok, followed by VK and then Telegram. Significant for commodity producers is the analysis and plan of placement aimed at consumers, which also mediates the use of online editors, graphic designs, and reliance on analytical tools to validate customer visits to company websites, time spent on social networks, and assess the effectiveness of interaction with them, which allows you to streamline your work.

Электронный адрес: pav-orl@mail.ru

Введение

В современной ситуации трудно переоценить роль цифрового маркетинга в продвижении товаров и услуг, привлечении и удержании потребителей, росте качества аналитики. Связано это обстоятельство с тем, что, с одной стороны, потребители проводят большое количество времени онлайн как с рабочими целями (поиск и обработка информации, профессиональное общение, коммуникации с потребителями и т.д.), так и с досуговыми (проведение свободного времени, частное общение и т.д.). Так, например, согласно существующим данным в настоящее время клиенты при выборе товаров и услуг используют социальные сети, а также различные мессенджеры [4,5]. Это прослеживается, в том числе, в активности потребителей при покупках на маркетплейсах [3], где отмечается рост онлайн продаж до 25% на протяжении ряда лет [8]. Данные обстоятельства актуализируют исследование основных проявившихся тенденций в цифровом маркетинге в России, которые могут помочь компаниям следовать ключевым трендам, значимым в маркетинговой перспективе для повышения качества взаимодействия с потребителями.

Методы

В исследовании вопроса проявившихся тенденций в цифровом маркетинге, а именно преимущественной акцентировке на социальных сетях мы опираемся на мнения ученых, а также данные эмпирических исследований об активности потребителей в социальных сетях. Нами использованы методы сбора, анализа и синтеза информации для формулирования выводов.

Результаты

Многие исследователи отмечают значимость цифрового маркетинга и исследуют различные грани актуальности применения его инструментов, а также анализируют вариации его отличий от традиционных маркетинговых инструментов [7]. Например, Аринушева М. подчеркивает, что цифровой маркетинг позволяет привлекать потребителей и обеспечивать рост продаж [1]. Шевченко Д. актуализирует внимание на основных инструментах цифрового маркетинга, относя к ним, в первую очередь, «поисковую оптимизацию, социальные сети, контент-маркетинг и интернет-рекламу» [9]. Другие исследователи также справедливо отмечают, что большую роль в цифровом маркетинге играет аналитическая составляющая, поскольку именно она позволяет качественнее выстраивать взаимодействие с потребителями [6].

Обсуждение

Согласно проявившейся закономерности в цифровом маркетинге ключевое значение как в аналитической работе, так и в коммуникациях с потребительским сообществом играют социальные сети. По этой причине целесообразным представляется проанализировать количество времени, в среднем, потребления в разных социальных сетях (рис. 1). Как видим, по объективным причинам наибольшее количество времени потребления проявляется в ВК, Тикток и Телеграмм, а также одноклассниках, что опосредует контакты брендов с ними на этих площадках, тогда как Инстаграм и Фейсбук относятся к запрещенным к использованию на территории РФ ресурсам, что подразумевает невозможность их применения организациями в коммерческих и иных целях. Соответственно, по объективным причинам основными площадками являются именно ВК, Тикток и Телеграмм.

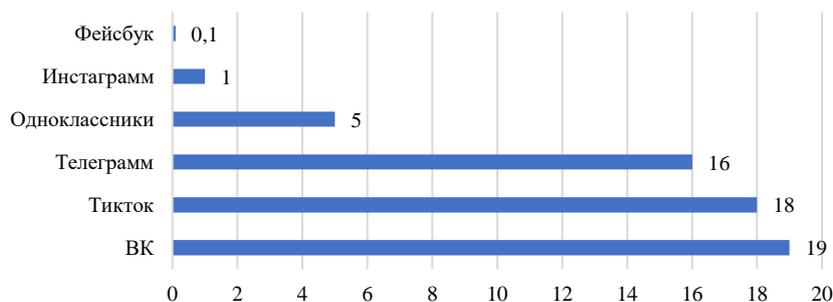


Рис. 1. Усредненное время потребления в определенной социальной сети в 2023 году, минут в день [2]

Важным показателем для понимания возможностей взаимодействия брендов с потребителями посредством социальных сетей является также среднесуточный охват населения (рис. 2).

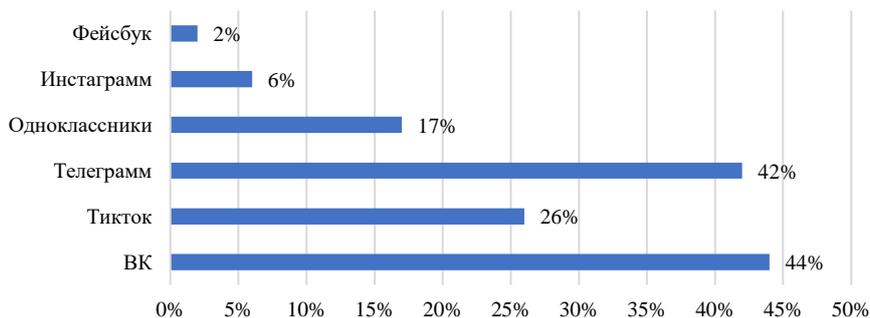


Рис. 2. Визуализация среднесуточного охвата населения РФ в возрасте от 12 лет в 2023 году, % [2]

Наибольший охват аудитории характерен для ВК и Телеграмм, что актуализирует особый интерес к ним со стороны товаропроизводителей. Одним из ключевых показателей является также время проведения потребителями в социальных сетях (рис. 3).

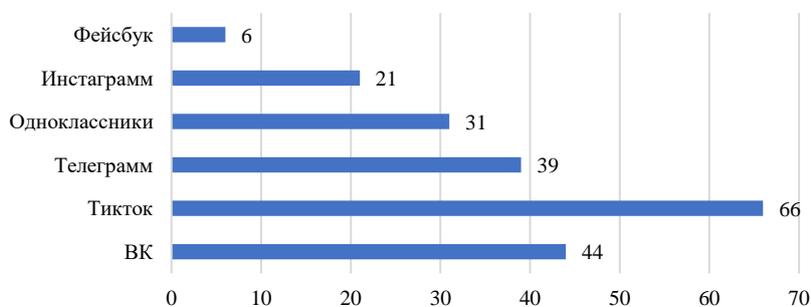


Рис. 3. Время проведения потребителями в социальных сетях, в России в 2023 году, минут в день [2]

Как видим, большее количество времени потребители проводят в Тикток, на втором месте стоит ВК, а далее Телеграмм. Такой интерес к социальным сетям со стороны потребителей актуализирует заинтересованность товаропроизводителей к использованию их потенциала как в коммуникациях, так и в аналитике, улучшающей качество взаимодействия. Это определяет в качестве одного из ключевых трендов не только использование социальных сетей как таковых, но и внедрение специализированных инструментов для повышения эффективности их использования. Прежде всего, это решения, позволяющие анализировать и оптимизировать востребованный потребителями контент, размещение его на различных платформах. Важным является также планирование размещения контента с учетом прогноза потребительских реакций, а также возможности использования онлайн редакторов, графических дизайнов, востребованного контента, а также использования аналитических инструментов для оценки посещений сайтов компаний, времени, проведенного в социальных сетях, и валидации эффективности взаимодействия с ними.

Заключение

В настоящее время обоснованным со стороны товаропроизводителей является интерес к цифровому маркетингу. Это связано с тем, что потребители проводят большое количество времени в интернете, в особенности в социальных сетях. Наибольшее количество времени потребления сегодня проявляется в ВК, Тикток и Телеграмм. Наибольший охват потребления приходится на ВК и Телеграмм, что актуализирует особый интерес к ним со стороны товаропроизводителей. Большее количество времени потребители также проводят в Тикток, на втором месте стоит ВК, а далее Телеграмм. Значимым для товаропроизводителей является анализ и план размещения, ориентированного на потребителей, что также опосредует

применение онлайн редакторов, графических дизайнов, и опору на аналитические инструменты для валидации посещения клиентами сайтов компаний, времени, проведенного в социальных сетях, и оценки эффективности взаимодействия с ними, что позволяет рационализировать работу.

Литература

1. Ань В.Н. Технологии искусственного интеллекта и их роль в повышении эффективности рекламных коммуникаций / В.Н. Ань, В.А. Кошель // Практический маркетинг, 2024. – № 2. – С. 10-15.
2. Аринушева М. Основные тренды digital маркетинга в России // Economy and Business: Theory and Practice, 2023. – V. 10-1. – С. 17-19.
3. Бондаренко В.А. Селлеры на маркетплейсах в России: текущая ситуация и прогнозные тренды / В.А. Бондаренко, А.А. Воронов, П.В. Орлов // Практический маркетинг, 2023. – № 11. – С. 9-14.
4. Еремеева А. Социальные сети как инструмент формирования общественного мнения о здоровом образе жизни / А. Еремеева, О.С. Медведева // Актуальные проблемы активного долголетия и качества жизни пожилых людей: Сборник научных трудов, Калуга, 15 ноября 2018 года. – Калуга: ФБГОУ ВПО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского», 2019. – С. 56-60.
5. Кардаш Д.Ю. Нейромаркетинг в органах публичной власти: истоки развития и современные технологии применения / О.С. Медведева, Д.Ю. Кардаш // Интернет-журнал Науковедение, 2017. – Т. 9. – № 1. – С. 22.
6. Колесникова Е.В., Дегтярь О.Н., Трищенко Д.А. Интернет-мессенджеры как способ продвижения бренда в цифровой среде // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права, 2021. – № 1. – С. 217-227.
7. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете. – М.: Эксмо, 2019.
8. Медведева О.С. Перспективы и возможности онлайн-маркетинга в розничной торговле // Вестник Алтайской академии экономики и права, 2018. – № 8. – С. 188-192.
9. Шевченко Д.А. Комплекс цифрового маркетинга-микс: поиск и обоснование оптимальной теоретической конструкции // Экономические системы, 2022. – Т. 15. – № 4. – С. 37-52.
10. Аудитория восьми крупнейших соцсетей в России в 2023 году: исследования и цифры [Электронный ресурс]. URL: <https://ppc.world/articles/auditoriyavosmi-krupneyshih-socsetey-v-rossii-issledovaniya-i-cifry/>.
11. Kress G.R. Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication / G.R. Kress, T. Van Leeuwen. – London: Edward Arnold, 2001. – 152 p.
12. Murthy D. Twitter. Social Communication in the Twitter Age // Cambridge: Polity Press, 2013. – 193 p.

УДК 339.138

С.М. Осадчая, Р.Л. Юсубов, К.А. Новиков

ВОПРОСЫ ВОСТРЕБОВАННОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРАКТИК В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ

S.M. Osadchaya, R.L. Yusubov, K.A. Novikov

QUESTIONS OF THE RELEVANCE OF MARKETING PRACTICES IN CRISIS CONDITIONS

Ключевые слова: востребованность, маркетинг, санкции, кризис, предприятия, маркетинговые практики, экономическая неопределенность, рост цен.

Keywords: demand, marketing, sanctions, crisis, enterprises, marketing practices, economic uncertainty, rising prices.

Цель: рассмотреть ситуацию, связанную с востребованностью маркетинговых практик в работе российских предприятий в кризисных условиях. Обсуждение: отмечается расхождение в теоретических построениях о востребованности маркетинга для упрочнения позиций компании в кризис и практики, которая связана со снижением маркетинговых расходов и сокращением штатов. Рассмотрены результаты эмпирического исследования, опроса представителей российских предприятий относительно их деловой адаптационной активности. Результаты: сделан вывод, что, несмотря на здравый набор практических решений, связанных с необходимостью адаптации к новым условиям хозяйствования, предприятия снижают вложение инвестиций в развитие и сокращают персонал. В отношении малого и среднего бизнеса наиболее явно проявился тренд на снижение маркетинговых расходов и сокращение штата сотрудников, что свидетельствует о проявлении очередного цикла минимизации востребованности маркетинговых практик в кризис.

Purpose: to consider the situation related to the demand for marketing practices in the work of Russian enterprises in crisis conditions. Discussion: there is a discrepancy in theoretical constructs about the relevance of marketing to strengthen the company's position in a crisis and practice, which is associated with reducing marketing costs and downsizing. The results of an empirical study, a survey of representatives of Russian enterprises regarding their business adaptation activities, are considered. Results: it was concluded that, despite a sound set of practical solutions related to the need to adapt to new economic conditions, enterprises are reducing investment in development and cutting staff. With regard to small and medium-sized businesses, the trend towards reducing marketing costs and reducing staff was most clearly evident, which indicates the manifestation of another cycle of minimizing the demand for marketing practices during the crisis.

Электронный адрес: osadchaya@bsu.edu.ru, 3600573@mail.ru, novikovk1992@mail.ru

Введение

Развитию экономических явлений свойственна цикличность, она касается кризисных явлений, сменяющихся стабилизацией ситуации и возможными подъемами в случае улучшения общеэкономической конъюнктуры [8]. Это вызывает предположение о цикличности в запросе на активное применение маркетинговой деятельности в работе организаций и предприятий. В данной связи актуализируются вопросы востребованности маркетинговых практик для предприятий, которые испытывают на себе влияние усложненного конкурентного поля, кризисных проявлений, что характерно в настоящее время для российской экономики, подверженной влиянию беспрецедентных санкций со стороны коллективного запада [10]. В данной связи своевременным является уточнение ситуации с ориентацией на использование маркетинговых практик российскими предприятиями в период ужесточения на них санкционного давления, формирующего кризисную ситуацию.

Методы

В исследовании востребованности маркетинговых практик в кризисных условиях мы опираемся на мнение специалистов, анализирующих данное направление, а также анализируем результаты эмпирического исследования, характеризующего поведенческие реакции предприятий. Используются методы сбора и сопоставления информации, анализа и синтеза полученных данных.

Результаты

Согласно построениям маркетинговой теории, в кризисный период для повышения конкурентоспособности бизнеса необходимо однозначно ориентироваться на запросы целевой аудитории. В данном контексте, например, Наумов В. подчеркивает значение разработки и ориентации на маркетинговые стратегии для предприятий, связанные с упрочнением взаимодействия с потребителями, приобретающими решающее значение в кризис [5]. Бондаренко В., например, также подчеркивает, что в кризисных условиях компаниям целесообразно ориентироваться на маркетинг, выделять на маркетинговые функции бюджет и не сокращать сотрудников, которые их реализуют [1]. Тем не менее, в прошлые периоды кризисных проявлений (кризис 2008 года), например, исследователи отмечали существенное снижение маркетинговых бюджетов [3].

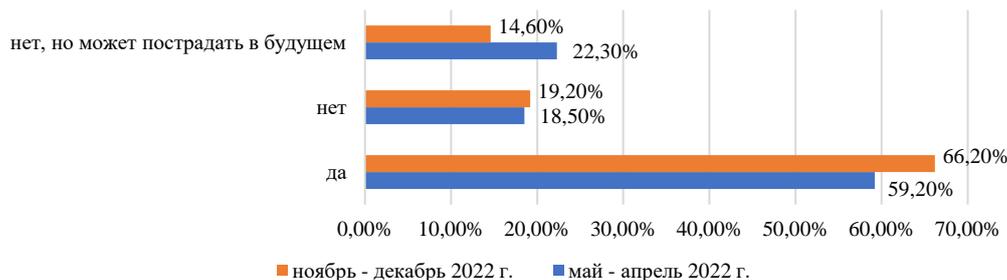


Рис. 1. Мнения представителей предприятий относительно последствий для них санкций, % [4]

В данной связи Умавов Ю. подчеркивает, что «некомпетентные руководители не готовы тратить средства на маркетинг» и получается, что, хотя в кризисной ситуации запрос на маркетинговые практики должен увеличиваться, в реальности может, напротив, складываться ситуация, в которой сокращаются расходы на службу маркетинга или данная служба, вообще сокращается, в рамках мероприятий по оптимизации расходов компании [6]. Проявившийся и отмеченный исследователями тренд актуализирует необходимость исследования текущей ситуации, а именно уточнение поведения российских предприятий в рамках текущего кризиса. С опорой на представленные в открытой печати аналитические данные относительно оценки российскими предприятиями сложившейся ситуации, приведем мнение их представителей относительно того, пострадали ли они в период ужесточения санкционной компании (рис. 1). Как видим, на начальном этапе введения санкций в весенний период почти 60% опрошенных представителей предприятий полагали, что санкции отразятся на их деятельности. Осенью данное мнение было усилено и уже более 66% его поддерживали. Кроме того, процент тех, кто видел отсроченный негативный эффект от санкционного давления вырос к весне 2022 года до 22%. Поскольку негативные последствия прогнозировались большинством предприятий, целесообразно рассмотреть результаты, которые предприятия ожидали для своей профессиональной деятельности применительно к ситуации весны 2022 года (рис. 2).

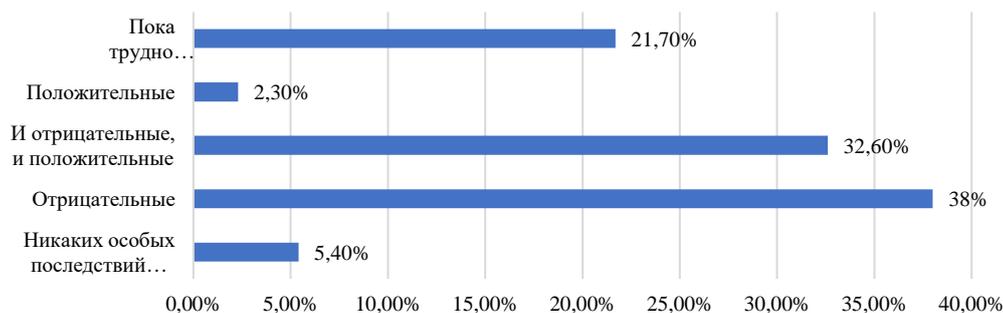


Рис. 2. Ожидание последствий санкционного давления представителями предприятий, % [4]

Как видим, более 32% предприятий, наряду с отрицательными последствиями видели одновременную возможность получения положительных эффектов. Однако, 38% склонялись к пессимистичным оценкам, а более 20% полагали, что делать какие-либо выводы и прогнозы пока рано. В отношении оценки ситуации, а именно понимания того, с какими последствиями предприятия уже столкнулись можно проиллюстрировать следующие данные (рис. 3).

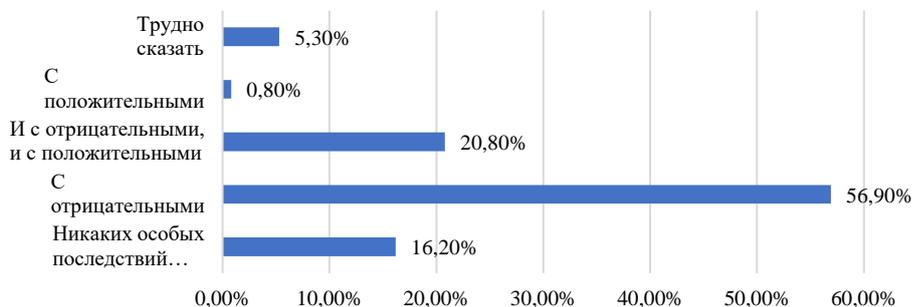


Рис. 3. Последствия санкционного давления, с которыми уже столкнулись предприятия, % [4]

Позитивным явлением представляется то, что более 16% опрошенных отметили, что они не испытали особых последствий. Положительные и, одновременно, отрицательные последствия ощутили порядка 20% респондентов. Однако, почти 57% отметили, что для их предприятия санкции имели только негативный эффект.

Обсуждение

В части конкретизации последствий, с которыми столкнулись предприятия, можно привести следующие исследовательские данные (рис. 4). Как видим, наиболее остро проявилась проблема, связанная с трудностями в получении сырья и необходимых комплектующих. Также очевидные сложности сопряжены с ростом цен и экономической неопределенности внутри страны. Также в качестве сложностей были маркированы падение спроса, подорожание импорта и ограничения с возможностями экспорта продукции из России, а также рост стоимости кредитов для предприятий и организаций. Значимым является также рассмотрение тех действий, которые предпринимают сами предприятия в своей деловой практике в рамках активностей, предпринимаемых ими для того, чтобы нивелировать, насколько это возможно, влияние санкций (рис. 5).

Согласно приведенным данным, можно отметить, что подавляющее большинство предприятий было ориентировано на решение значимых для хозяйственной деятельности вопросов, связанных с поиском новых поставщиков в России и поставщиков и партнеров за рубежом (очевидно, из дружественных стран). Также усилия были сконцентрированы на поиске новых возможных рынков сбыта, выпуске новых продуктов и выведении с рынка ряда ранее выпускаемых продуктов, которые перестали быть востребованы. Также предприятия вовлечены в модернизацию производств с ориентацией, во многом на следующие резервы. В качестве негативной реакции мы можем маркировать сокращение инвестиционных расходов, поскольку инвестиции для предприятий представляют собой тренд на развитие. Также негативной реакцией является сокращение персонала компаний и снижение предоставляемых социальных пакетов сотрудникам.



Рис. 4. Перечень наиболее очевидных последствий, с которыми столкнулись предприятия, % [4]

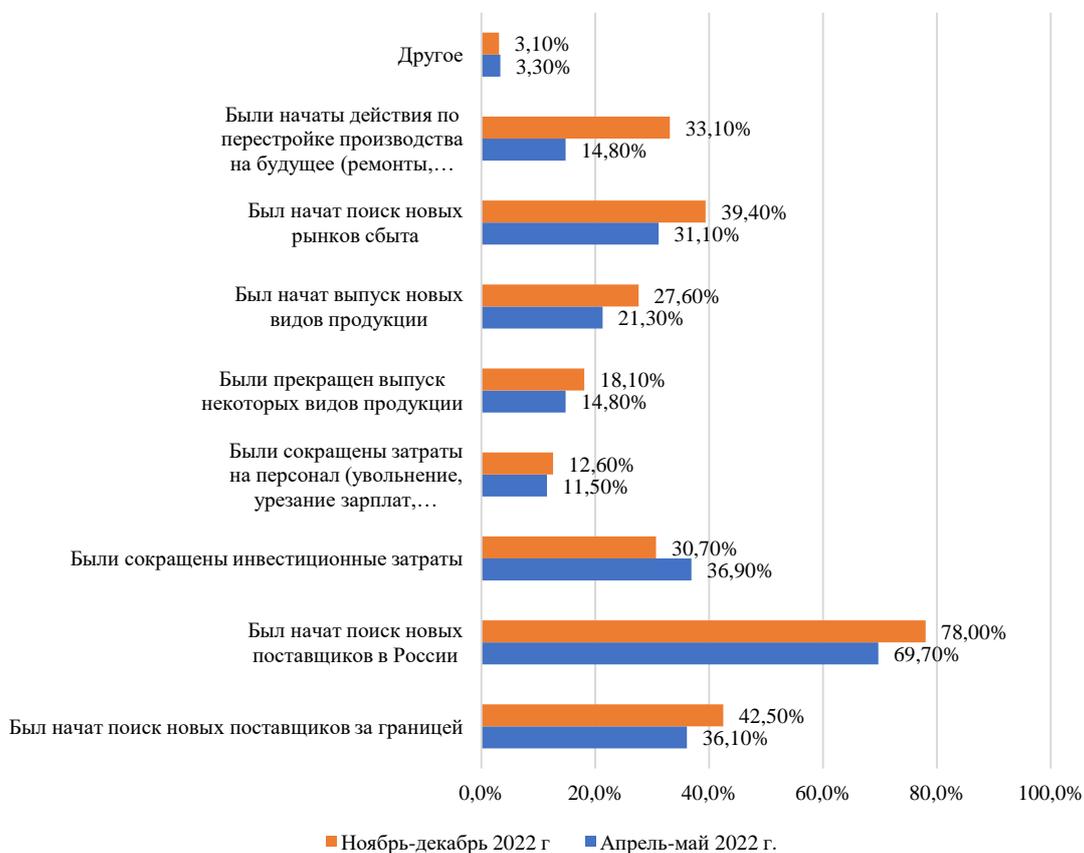


Рис. 5. Действия, предпринимаемые предприятиями, для преодоления последствий санкционного влияния, % [4]

Поясним также, что предприятия, традиционно, ориентированы на помощь со стороны государства, что справедливо в текущей ситуации (рис. 6). Как видим, большинство предприятий ожидают от государства решительных действий, связанных с финансовой поддержкой, развитием инфраструктуры, снижением налоговой нагрузки и минимизацией бюрократических процедур.

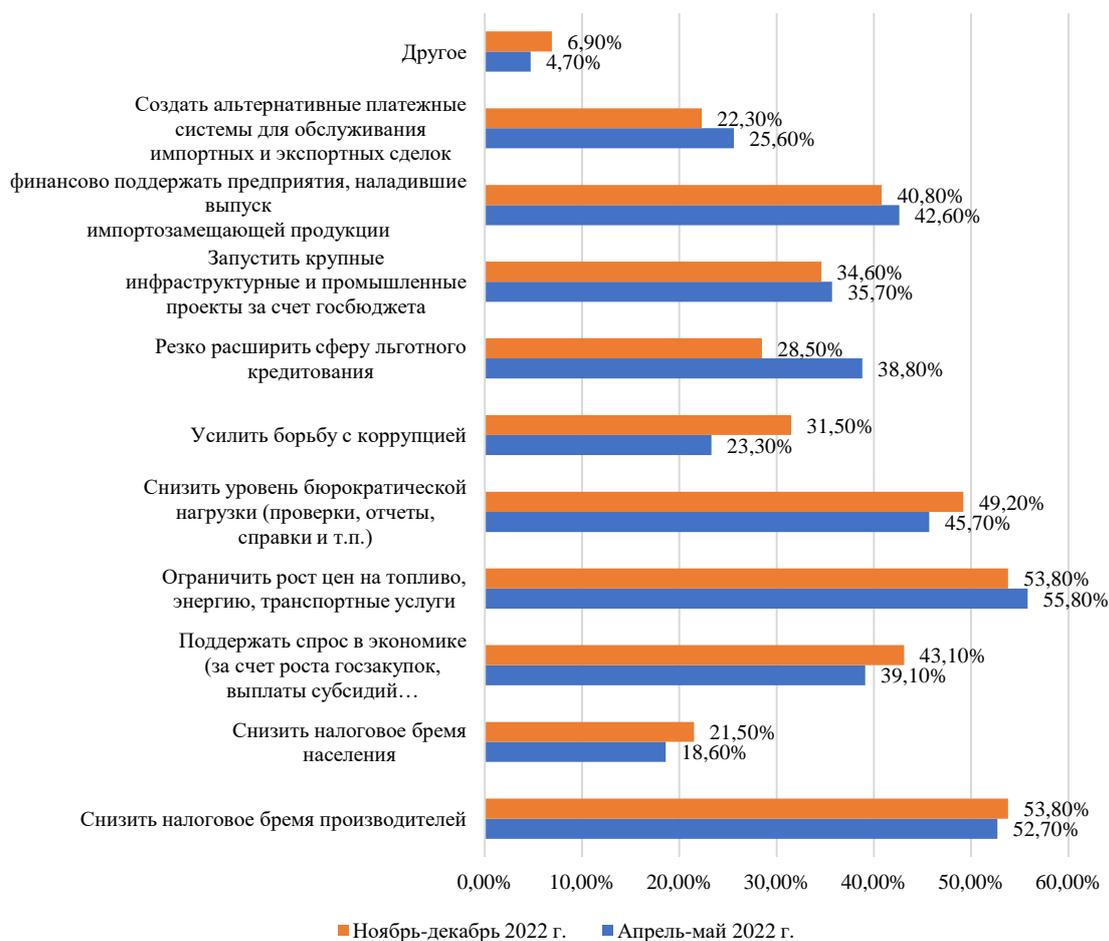


Рис. 6. Ожидания представителей предприятий относительно поддерживаемых мер со стороны государства, % [4]

Говоря именно о маркетинговых расходах предприятий, бизнеса, в чистом виде, отметим, что они явно проявились еще весной 2022 года. В особенности, это затронуло средний и малый бизнес, чувствительный к потрясениям и объективно имеющий меньшую резистентность. Порядка 37% компаний снизили расходы на маркетинг, а более сократили количество персонала, в том числе, реализующего маркетинговый функционал [2]. Это позволяет заключить, что несмотря на предпринимаемые здравые действия по санации ситуации для сглаживания негативных последствий, бизнес, как в предыдущие кризисы, сокращает интерес к маркетинговым практикам, как инвестиционно емким.

Заключение

В кризисные периоды жизни общества, характеризующиеся экономическим спадом, традиционно для российской практики происходит снижение интереса к маркетинговой активности, что идет в разрез с теоретическими обоснованиями осуществления маркетинговых практик для занятия бизнесом конкурентоспособной позиции. В современной ситуации, характеризующейся беспрецедентным санкционным давлением на экономику России со стороны коллективного запада, предприятия и организации вынуждены предпринимать решительные шаги по поддержанию собственной конкурентоспособности. Большинство предприятий ощущают на себе негативные последствия от введенных санкций и реализуют усилия, связанные с поиском поставщиков на российском рынке, новых поставщиков из-за рубежа, выходом на новые рынки из дружественных стран. Также предприятия ориентированы на получение помощи от государства, которое, по их мнению, должно выражаться в снижении бюрократических барьеров, финансовой помощи, развитии инфраструктуры, налоговых льготах и помощи в кредитах и субсидиях. Поясним также, что несмотря на здоровый набор практических решений, связанных с необходимостью адаптации к новым условиям хозяйствования, предприятия, все же, снижают вложение инвестиций в развитие и сокращают персонал. В отношении малого и среднего бизнеса наиболее явно проявился тренд на снижение маркетинговых расходов и сокращение штата сотрудников, что свидетельствует о проявлении очередного цикла минимизации востребованности маркетинговых практик в кризис. Считаем, что данный феномен нуждается в коррекции и это предполагает дальнейший научный поиск с нашей стороны.

Литература

1. Бондаренко В.А. Апология маркетинга в кризисных условиях // Маркетинг в России и за рубежом, 2010. – № 4. – С. 3-9.
2. Каменова Н.Г. Международный маркетинг: Учебник / Н.А. Нагапетянц, О.Н. Романенкова, Н.Г. Каменова, С.В. Соотечественник. – М.: Учебник вузов, НИЦ Инфра-М, 2019.
3. Ковалева С.А. Антикризисные маркетинговые стратегии российских и зарубежных компаний // Сервис +, 2010. – № 2.

4. Кувалин Д.Б., Моисеев А.К., Зинченко Ю.В., Ибрагимов Ш.Ш. Российские предприятия в конце 2022 года: противодействие санкциям, взаимоотношения с банками и реакция на климатическую повестку // Проблемы прогнозирования, 2023. – № 3. – С. 200-216.
5. Наумов В.Н. Маркетинговые стратегии удержания клиентов в условиях экономического кризиса // ПСЭ, 2015. – № 1.
6. Умавов Ю.Д. Маркетинг компании в кризисных условиях // Вопросы структуризации экономики, 2013. – № 2.
7. Хуссейн И.Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов // М.: Изд-во Юрайт, 2023. – 68 с.
8. Шацкая И. Мировой экономический цикл // Вестник Института экономики Российской академии наук, 2009. – № 4.
9. В марте 83% компаний МСП сократили расходы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.business.ru/news/31145-v-marte-83-kompaniy-msp-sokratili-rashody>.
10. «Санкционный шторм» 2022 г. и его последствия для российской экономики [Электронный ресурс]. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/sanctions/sanktsionnyy-shtorm-2022-g-i-ego-posledstviya-dlya-rossiyskoj-ekonomiki/>.
11. Nevskaya A. The digitalization of Russia-EU trade [Digitalization in trade between Russia and the European Union] // Sovremennaya Evropa, 2020. – № 97. – P. 91-101.
12. Sturiale L., Timpanaro G., La Via G. The online sales models of fresh fruit and vegetables: Opportunities and limits for typical italian products // Quality – Access to Success, 2017. – № 18. – P. 444-451.

ИНВЕСТИЦИИ В СИСТЕМЕ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ АПК

Т.М. Polushkina

INVESTMENTS IN THE SYSTEM OF INCREASING THE INNOVATIVE ACTIVITY OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, инновационное развитие, инвестиции, технологическое развитие, государственное регулирование, сельское хозяйство, продовольственная безопасность, налоговое регулирование.

Keywords: agro-industrial complex, innovative development, investments, technological development, state regulation, agriculture, food security, tax regulation.

Цель: на основе анализа инновационного и инвестиционного процессов в АПК РФ обосновать предложения по развитию механизмов государственного регулирования их развития. Обсуждение: в статье представлена доказательная база взаимосвязанности и взаимозависимости инвестиционного и инновационного видов деятельности в АПК, конвергенции этих экономических категорий. Проведен анализ современных противоречий инвестиций в инновационное развитие аграрного сектора экономики, законодательной базы, программных документов и результатов реализации государственных решений в области инновационного развития АПК. Результаты: сделаны выводы о недостаточном уровне инновационного развития АПК России, слабой проработанности механизмов государственного влияния на повышение инновационной и инвестиционной активности в АПК, значительном преобладании фундаментальных аграрных научных исследований над прикладными. В дополнение к прямым формам государственного регулирования: бюджетному финансированию научных разработок, субсидированию процентных ставок по кредитам и пр. предложено более широкое применение косвенного регулирования.

Purpose: based on the analysis of innovation and investment processes in the agro-industrial complex of the Russian Federation, to substantiate proposals for the development of mechanisms for state regulation of their development. Discussion: the article presents the evidence base of the interconnectedness and interdependence of investment and innovation activities in the agro-industrial complex, the convergence of these economic categories. The analysis of modern contradictions of investments in the innovative development of the agricultural sector of the economy, the legislative framework, program documents and the results of the implementation of government decisions in the field of innovative development of the agro-industrial complex is carried out. Results: conclusions are drawn about the insufficient level of innovative development of the agro-industrial complex of Russia, about the insufficient elaboration of mechanisms of state influence on increasing innovation and investment activity in the agro-industrial complex, about the significant predominance of fundamental scientific research over applied ones. In addition to direct forms of government regulation: budgetary financing of scientific research.

Электронный адрес: polushkinatm@gmail.com

Введение

Повышение инновационной активности, развитие научно-технического потенциала в настоящее время становится критически важным для дальнейшего развития АПК России. Обратное может значительно замедлить переход агропродовольственной системы страны на новый этап технологического развития, получившего название «Сельское хозяйство 4.0» (Agriculture 4.0) – сельского хозяйства, которое развивается на основе «умных» решений, биотехнологий, альтернативных технологий и источников сырья [6]. В свою очередь, инновационное развитие требует мобилизации различных ресурсов со стороны государства, региональных властей, предприятий и частных лиц: финансовых, интеллектуальных, информационных, управленческих и пр. [9]. И не просто мобилизации, а их сочленения в единый механизм, способный обеспечить разработку и внедрение научных разработок, доведения их до конкретного производства. При этом инвестиции следует рассматривать как катализатор и необходимое условие реализации научных исследований. При этом инвестиции, как способ стимулирования инноваций, по значимости в экономическом развитии АПК, не уступают им, что позволяет говорить о конвергенции этих экономических категорий [17]. Инновационная деятельность может осуществляться исключительно при финансовой поддержке инновационного процесса [8].

Методы

Исследование базировалось на научном поиске и анализе в рамках системного и процессного подходов. Важнейшими методами исследования явились метод научной абстракции, анализа и синтеза.

Результаты

Инвестиционный и инновационный виды деятельности, таким образом, можно рассматривать как два взаимосвязанных и взаимозависимых процесса. Инвестиции – это не только совокупность финансовых и материальных ресурсов, в том числе имущественные права, но и нематериальные права, т.е. патенты, лицензии, товарные знаки, знаки обслуживания и другое. Отсюда основными факторами, определяющими их эффективность, являются, во-первых, качество результата научно-исследовательской деятельности, оформленной соответствующим образом и готовой к внедрению в производство и, во-вторых, достаточность инвестиций для реализации данного инновационного продукта. Инвестиции – это ключевой элемент развития всех сфер современной экономики, олицетворяющий стремление к росту и процветанию. Они представляют собой разнообразные способы размещения капитала с целью получения прибыли или достижения долгосрочных целей. От инвестирования в фондовый рынок до вложений в недвижимость или стартапы, инвестиции играют роль двигателя экономического развития. Успешные инвестиции требуют стратегического подхода и готовности к риску. Основная идея инвестирования заключается в том, чтобы вложить свои средства сегодня с надеждой на их увеличение в будущем.

Современные инвестиции в инновационное развитие АПК имеют достаточно противоречивый характер. С одной стороны, с помощью действующих мер государственного влияния, законодательной базы в стране созданы предпосылки для инновационного развития АПК, притока частного капитала для модернизации аграрного производства. С другой,

значительная часть сельхозпроизводителей до сих пор находятся в тяжелом финансовом положении и это, безусловно, является существенным ограничительным фактором для их инновационного развития, в том числе за счет снижения инвестиционной привлекательности для потенциальных инвесторов. Более того, сельское хозяйство, как известно, имеет ряд функциональных и технологических особенностей, связанных с использованием в процессе производства элементов живой природы, живых организмов. Производство происходит при тесном взаимодействии естественно-биологических и экономических законов. Этот факт приходится учитывать при инвестировании в инновационное развитие АПК. Например, учет законов равнозначности, незаменимости и совокупности жизненных факторов растений приводит к пониманию того, что вложения только в селекционные работы без совершенствования агротехники не приведет к желаемым результатам. Инвестиции в инновации в АПК следует рассматривать еще и с позиции их значимости в целом для устойчивого развития российского государства, его экономической сферы с точки зрения значительного мультипликационного эффекта, который оказывает сельское хозяйство на другие сферы и отрасли экономики. И не только. Активизация инвестиционных процессов в АПК создает предпосылки для динамичного решения многих давно назревших нерешенных социальных проблем в сельских территориях страны. В сельской местности РФ до сих пор проживает более 25% населения страны и потому инновационное развитие сельского хозяйства обладает еще и исключительной социальной значимостью [1].

Обсуждение

Инновационное развитие в агропромышленном комплексе РФ регулируется различными нормативными актами, включая федеральные законы, постановления правительства, и региональные законы. В 2017 году была принята Федеральная научно-техническая программа развития сельского хозяйства на 2017-2025 гг. (далее – Программа), которая была разработана с учетом положений Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации и Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации, а также в соответствии с положениями Федерального закона «О науке и государственной научно-технической политике», Федерального закона «О стратегическом планировании в Российской Федерации» и Бюджетного кодекса Российской Федерации. Основной целью данной Программы является «обеспечение сельскохозяйственной продукции, полученной за счет применения семян новых отечественных сортов и племенной продукции (материала), технологий производства высококачественных кормов, кормовых добавок для животных и лекарственных применения, пестицидов и агрохимикатов биологического происхождения, переработки и хранения сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, современных средств диагностики, методов контроля качества сельскохозяйственной продовольствия и экспертизы генетического материала». Программой предусмотрено повышение инновационной активности в сельском хозяйстве до 25%, привлечение инвестиций в сельское хозяйство по 3 млрд р. в год, реализация программ подготовки кадров по востребованным специальностям [2]. Согласно целям и задачам научно-технического развития, представленным в Федеральной научно-технической программе развития сельского хозяйства РФ, к приоритетным направлениям его инновационного развития можно отнести:

- формирование механизмов государственного регулирования для развития инновационной деятельности в АПК с привлечением инвестиций;
- возрождение собственной научно-технологической базы для развития селекции и улучшения генетического потенциала в комплексе с технологиями обеспечения наилучшей реализации этого потенциала (оригинальные и элитные семена, племенная продукция, кормовые добавки, удобрения, средства защиты растений и обеспечения здоровья животных и иные, образующие так называемые пакетные решения);
- создание и внедрение современных технологий производства, переработки и хранения сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, в том числе технологий стерилизации, консервации и упаковки продуктов питания;
- внедрение цифровых технологий (искусственный интеллект и интеллект вещей, Единая цифровая платформа агропромышленного комплекса), кросс-платформенных решений в АПК, в том числе «умных» роботизированных систем [11];
- расширение ассортимента производимых продуктов (продукты здорового питания, глубокой переработки и пр.);
- развитие систем закрытого земледелия (гидропоника, вертикальное земледелие, «жидкая глина», искусственные почвы и пр.);
- переработка отходов сельского хозяйства;
- совершенствование системы подготовки и адаптации кадров с ориентацией на последние инновационные решения в АПК [6].

Следует отметить, несмотря на реализацию данной Программы уже в течение длительного времени, она лишь ограниченно поддерживает переход сельского хозяйства страны на новый технологический уклад, изначально ориентируясь на несколько иные цели: достижение целевых индикаторов продовольственной безопасности страны. В России, по сути, до сих пор не сформирована эффективная система государственного регулирования инновационного развития АПК. Продолжается реализация ведомственного проекта «Цифровое сельское хозяйство», в рамках которого «предусмотрен комплекс мероприятий по созданию и развитию национальной платформы цифрового государственного управления сельским хозяйством «Цифровое сельское хозяйство», модуля «Агрорешения», отраслевой электронной образовательной среды «Земля знаний». Помимо создания перечисленных программных продуктов проект предполагает одновременную работу по подготовке специалистов сельскохозяйственных предприятий с целью формирования у них компетенций в области цифровой экономики» [4]. Планировалось достижение роста производительности на цифровых сельскохозяйственных предприятиях в 2 раза к 2024 году. При этом ожидается, что «технологии прогнозирования позволят строить предиктивные модели урожайности и вероятности заболеваний животных, использование роботов и беспилотников упростит производственные процессы, а решения в области дистанционного зондирования земли – сбор данных о сельхозземлях и их использовании по назначению. В числе рисков реализации стратегии – зависимость от зарубежных технологий, недостаточное финансирование, а также нежелание сельскохозяйственных предприятий внедрять цифровые технологии» [5]. Анализ некоторых результатов реализации государственных решений в области инновационного развития АПК, позволяют говорить о том, что «инновации» на село идут крайне медленно. И это, несмотря на то, что аграрный сектор России в настоящее время показывает высокие результаты экономического роста и Россия превратилась в аграрную державу, экспортируя значительные объемы продовольствия. Величина добавленной стоимости, произведенная российскими аграриями в 2022 году, составила 4,4 трлн р. – это пятый показатель в мировом рейтинге. Среди стран с наиболее развитой и развивающейся экономикой (страны G20), Россия занимает седьмую позицию в рейтинге по вкладу сельского хозяйства в ВВП (Лидирующие страны – Индия и Индонезия) [5]. Анализ современной ситуации с инновационным развитием АПК представлен на рис. 1, 2.



Рис. 1. Уровень инновационной активности организаций

Кроме того, Россия находится на седьмом месте по объему прямых инвестиций в АПК [13]. Они, собственно, и выступают основными драйверами его развития, а не инновации, вместе с такими факторами как: продовольственное эмбарго, улучшение покупательской способности населения, значительный прогресс в области качества управления. Россия экспортирует, с основным зерно и другую переработанную продукцию, используя при этом оборудование, генетический и селекционный материал преимущественно зарубежного производства. Степень зависимости, например, в секторе сельскохозяйственных биотехнологий составляет свыше 80%. Остро встает вопрос о достижении продовольственной безопасности не только в секторе готовой продукции, но по всей цепочке ее производства.

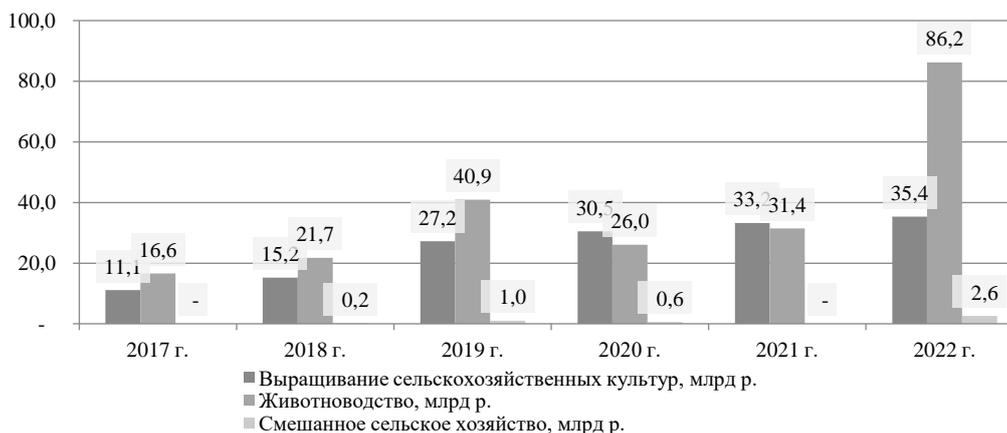


Рис. 2. Объем инновационных товаров, работ и услуг в области сельского хозяйства

Как видно, уровень инновационной активности сельскохозяйственных организаций самый высокий в смешанном сельском хозяйстве – 9%, самый низкий – в растениеводстве – 6,1%. Причем рост за последние 6 лет следует признать незначительным. А уровень инновационной активности организаций составляет в среднем 14,5%, доходя по некоторым производствам (табачное) до 20,8%. Для сравнения: в ряде стран ЕС этот показатель в 3-4 раза выше, чем в РФ [13]. В промышленных секторах РФ уровень инновационных организаций составил в 2022 году 15,6%, доходя в некоторых отраслях до 48% (производство компьютеров, электрических и оптовых изделий) (рис. 3).

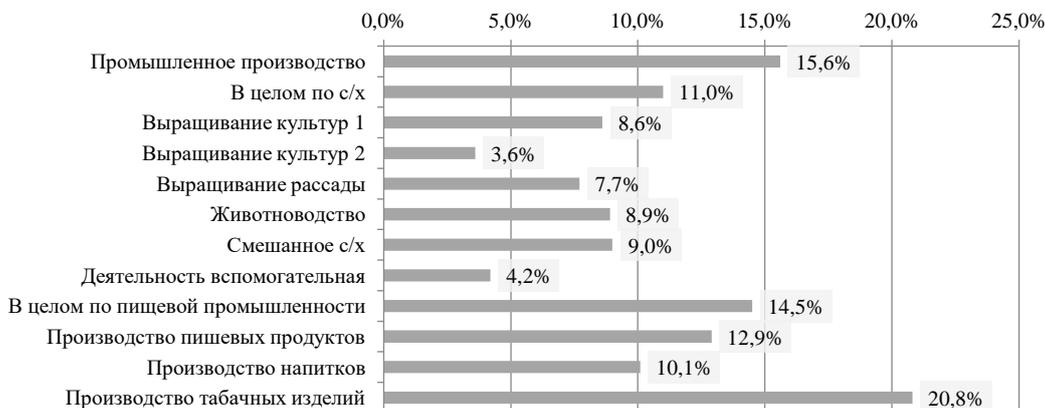


Рис. 3. Структура инновационной активности в АПК РФ в 2022 году, %

Объемы инновационных товаров в сельском хозяйстве в последние годы также имеют тенденции к росту. Особенно в животноводстве и смешанном сельском хозяйстве. Рост в животноводстве только за 2022 год составил более чем в 2 раза, с 31440,1 млн р. до 65414,6 млн р. Однако в общей массе отгруженных товаров и выполненных услуг за этот год это составляет только 3,2%. В смешанном сельском хозяйстве рост составил почти в 4 раза с долей в 5,2%. Следует отметить, что наибольший удельный вес в сельском хозяйстве занимают технологические инновации, на втором месте находятся организационные и на третьем – маркетинговые инновации [16]. Имеют место позитивные изменения изменения в самой структуре инновационного ассортимента, указывающие на смещение приоритетов производителей от освоения уже существующих рынков к развитию новых ниш и выводу новых для рынков сбыта продуктов [6]. Значительной проблемой, на наш взгляд, остается также состояние и тенденции развития отечественной аграрной науки [18]. Как видно из рис. 4, число исследователей в области сельского хозяйства сократилось за последние 6 лет на 6,6%. Если взять больший временной период, то с 2010 года сокращение составило почти 25%. Число докторов наук сократилось почти на 23%, кандидатов – на 22%. Только 3,5% всех исследователей страны занимаются новациями в сельском хозяйстве. И это в то время, когда сельское хозяйство остро нуждается в новых научных исследованиях. Причем сокращение происходит преимущественно за счет молодых ученых. Так, в настоящее время число исследователей до 29 лет составляет всего 0,15%, до 49 лет – 10,1%, старше 70 лет – 38,7%.

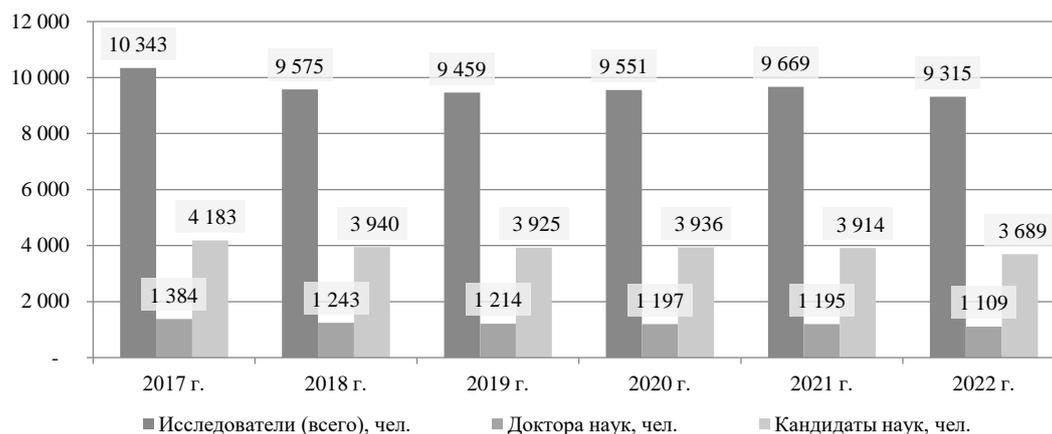


Рис. 4. Число исследователей в области развития сельского хозяйства

При этом следует отметить, что аграрная наука обладает высоким потенциалом, включая новые и уже апробированные методы и технологии [14]. Однако несмотря на наличие научной базы, масштабного трансфера технологий не происходит. До сих пор практически отсутствуют институты, ответственные за трансфер технологий от научных учреждений к предприятиям АПК [12]. Следует отметить значительное преобладание фундаментальных исследований над прикладными, разрыв с запросами практики, что чаще всего происходит по причине несогласованности действий и отсутствия общего понимания проблем научным сообществом, бизнесом и органами государственного управления. Здесь крайне важна заинтересованность аграрного бизнеса в прикладных исследованиях, в определении их направлений через инструменты финансовой поддержки. Россия до сих пор имеет значительное отставание от других ведущих аграрных держав по объемам инвестирования в аграрную науку, по эффективности институтов их осуществления. Недостаточным остается уровень развития коммерческого сектора аграрной науки, а также частных инвестиций в исследования и разработки. Эксперты в области развития АПК говорят при этом о недостаточно проработанной системе государственной поддержки инноваций, ее «малоподвижности». Бизнес нуждается в системном подходе к повышению эффективности коммуникаций с органами государственной власти и наукой.

С этой целью были приняты Правила предоставления грантов в форме субсидий из федерального бюджета в целях создания и внедрения в агропромышленный комплекс современных технологий на основе собственных разработок научных и образовательных организаций [10]. Минэкономразвития России разработаны специальные инструменты регулирования, устанавливающие особый порядок применения ряда нормативных требований, мешающих развитию инноваций. В рамках федерального проекта «Развитие научной и научно-производственной кооперации» предполагается создание сети из не менее чем 15 научно-образовательных центров (НОЦ) мирового уровня на основе интеграции университетов и научных организаций и их кооперации с организациями, действующими в реальном секторе экономики». Была разработана «дорожная карта» развития рынка продовольствия – FoodNet, являющаяся частью Национальной технологической инициативы (НТИ), которая, к сожалению, так и не была реализована [15].

Заключение

Следует признать, что государство использует далеко не все возможности по стимулированию инновационной и инвестиционной активности в АПК. Современные механизмы государственного регулирования сельского хозяйства достаточно слабо направлены на развитие этих процессов. В дополнении к уже применяемым прямым формам государственного влияния, а именно к бюджетному финансированию научных разработок (хотя явно недостаточным), субсидированию процентных ставок по кредитам, госзаказу и пр., следует широко использовать и косвенное воздействие. В частности, элементы налогового регулирования, широко применяемые в развитых странах: исследовательский кредит (отсрочка налоговых платежей в части затрат из прибыли на инновационные цели); уменьшение налога на прирост инновационных затрат, а также на прибыль, направленную на заказные и совместные НИОКР; «налоговые каникулы» на прибыль, полученную от реализации инновационных проектов (на несколько лет); элементы льготного налогообложения дивидендов, полученных по акциям инновационных организаций; предоставление вычета из налогооблагаемой прибыли взносов в благотворительные фонды, деятельность которых связана с финансированием инноваций и т.д. [7]. Кроме того, весьма важным представляется системная деятельность Министерства сельского хозяйства РФ по согласованию тем научных исследований научных организаций, ВУЗов с запросами заинтересованных аграриев, в целом, по организации диалога между

наукой и агробизнесом, а также по организации трансфера технологий. Постановку конкретных задач перед научным сообществом важно сопровождать разработкой мер поддержки (в том числе инвестиционных), поиском партнеров, защитой прав и экономических интересов разработчиков. Речь должна идти при этом не только о разработке «дорожной карты» по внедрению технологий на рынок, но и подготовке кадров для их реализации и в целом для инновационного развития АПК [12].

Литература

1. Анциферова О.Ю., Сутормина Е.С., Колупаев С.В., Петрова Л.М., Мягкова Е.А. Инновационное развитие агропромышленного комплекса: тенденции и возможности улучшения // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS [Электронный ресурс]. URL: <https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2022.02.21>.
2. Булгаков Н.М. Технологические инновации в АПК: анализ и перспективы // Научный аспект, 2023. – Т. 15. – С. 1871-1875.
3. Ведомственный проект «Цифровое сельское хозяйство»: официальное издание. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2019. – С. 7-8.
4. Добровлянин В.Д., Антинескул Е.А. Цифровизация сельского хозяйства: текущий уровень цифровизации в Российской Федерации и перспективы дальнейшего развития // Цифровые модели и решения, 2022. – Т. 1. – № 2.
5. Доля сельского хозяйства в ВВП in G20 [Электронный ресурс]. URL: https://ru.theglobaleconomy.com/rankings/share_of_agriculture/G20/.
6. Инновационное развитие агропромышленного комплекса в России. Agriculture 4.0: докл. к XXI Агр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2020 г. / Н.В. Орлова, Е.В. Серова, Д.В. Николаев и др.; под ред. Н.В. Орловой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. – 123 с.
7. Кадомцева М.Е. Зарубежный опыт управления инновационным развитием АПК // Вестник научно-технического развития. – 2013. – № 2 (66). – С.16-26.
8. Малыхина И.О. Исследование взаимосвязи и взаимозависимости инновационной и инвестиционной деятельности // Вестник УрФУ. Сер. Экономика и управление. – 2019. – Т. 18. – № 6. – С. 854–873.
9. Пищулина О.С. Инвестиционный механизм развития инновационной деятельности в АПК [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnyy-mehanizm-razvitiya-innovatsionnoy-deyatelnosti-v-apk/viewer>.
10. Постановление Правительства РФ от 25 марта 2020 г. N 329 «Об утверждении Правил предоставления грантов в форме субсидий из федерального бюджета в целях создания и внедрения в агропромышленный комплекс современных технологий на основе собственных разработок научных и образовательных организаций в рамках реализации Указа Президента Российской Федерации от 21 июля 2016 г. N 350 "О мерах по реализации государственной научно-технической политики в интересах развития сельского хозяйства", в том числе с участием центров геномных исследований мирового уровня» [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/73806888/?ysclid=lvbwoi4r2k274681435>.
11. Постановление от 25 августа 2017 г. № 996 «Об утверждении федеральной научно-технической программы развития сельского хозяйства на 2017-2025 годы» [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1713366139&tld=ru&lang=ru&name=9b38c7efdccc28f1083e065527468275.pdf>.
12. Разуваев Р.А., Цацулин А.Н. Каковы ближайшие перспективы реализации инновационной активности отечественного АПК // Управленческое консультирование, 2022. – № 3. – С. 95-107.
13. Рейтинг крупнейших АПК в России: перспективы полного импортозамещения, тенденции развития 2022 // Analitika-DELOVOY-PROFIL [Электронный ресурс]. URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1713790207&tld=ru&lang=ru&name=Analitika_DELOVOY-PROFIL_Reyting-krupneyshikh-APK-Rossii.pdf.
14. Санду И.С., Голубев А.В. Трансфер технологий в АПК: состояние и перспективы развития: аналит. обзор // ФГБНУ «Росинформагротех», 2020. – С. 39.
15. Санду И.С., Рыженкова Н.Е. Научные основы инновационного развития аграрного сектора экономики России в условиях ЕАЭС: теоретически аспект // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве, 2018. – № 7. – С. 16-20.
16. Терновых К.С., Куренная В.В., Агибалов А.В. Развитие инноваций в сельском хозяйстве: тенденции, перспективы // Вестник Воронежского государственного аграрного университета, 2020. – № 2. – С. 96-103.
17. Doroshenko Y.A., Malykhina I.O., Somina I.V. Assessment of management effectiveness of investment in innovation in small enterprises // International Journal of Pharmacy & Technology, 2016. – V. 8. – I. 4. – P. 26664–26670.
18. Sandu I.S. Economic aspects of formation of organizational and economic mechanism of the innovational infra-structure of the EAEU countries agro-industrial complex // Advances in Intelligent Systems and Computing, 2019. – T. 726. – P. 108-116.

ДИАГНОСТИКА И АУДИТ ПЕРСПЕКТИВНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ РЕГИОНА

А.В. Rezepin, A.I. Gorbunov

DIAGNOSTICS AND AUDIT OF THE PROMISING ECONOMIC SPECIALIZATION OF THE REGION

Ключевые слова: производственный профиль, регион, экономическая специализация, эффективная специализация, перспективная специализация, внешние эффекты, структурная политика, экономическое развитие.

Keywords: production profile, region, economic specialization, effective specialization, promising specialization, external effects, structural policy, economic development.

Цель: разработка методического подхода к диагностике перспективной экономической специализации региона на основе оценки производственной связанности и сравнительных (межрегиональных) преимуществ отраслей специализации. Обсуждение: экономическое развитие региона в значительной степени определяется возможностью встраивания последнего в национальную и мировую экономическую систему, соответствием экономической специализации территории сложившейся технологической системе, практикой организационной и управленческой деятельности, имеющимся природным, капитальным и трудовым ресурсам. Исследование направлено на разработку методического подхода к анализу экономических специализаций региона. Результаты: в статье представлены результаты апробации методического подхода на примере Челябинской области: на уровне подклассов экономической деятельности (три знака ОКВЭД-2) определены 16 отраслей специализации, 6 из которых обладают преимуществами по сравнению с другими регионами специализации; по результатам оценки связанности и взаимодополняемости отраслей регионального производственного профиля определены внешние эффекты развития отраслей специализации Челябинской области. По результатам оценки соответствия текущей экономической специализации и специализации, закрепленной в документах стратегического планирования Челябинской области, предложены авторские рекомендации.

Purpose: to develop a methodological approach to the analysis of the prospective economic specialization of the region, including an assessment of the industrial connectivity and comparative advantages of industries. Discussion: the economic development of a region is determined by its ability to integrate into the national and global economic system, the correspondence of the region's economy to the established technological system, the practice of organizational and managerial activities, available natural, capital and labor resources. The research is aimed at developing a methodological approach to the analysis of economic specializations of the region. Results: According to the results of the study, 16 branches of specialization of the Chelyabinsk region were identified, including 6 promising branches of specialization; The external effects of the development of the branches of specialization of the Chelyabinsk region are determined. Recommendations are proposed to bring the actual specialization and strategic planning documents of the Chelyabinsk region into line.

Электронный адрес: avrezepin@susu.ru, eu1962gai99@susu.ru

Введение

Российская Федерация отличается значительной неоднородностью экономического пространства, производственный профиль и экономическая специализация региона определяется: локализацией природных, капитальных и трудовых ресурсов [1], сложившейся технологической системой [5], практикой организационной и управленческой деятельности, интересами ключевых стейкхолдеров [21]. У каждого региона есть свои преимущества в определенной отрасли производства какого-либо товара или услуги, подобные преимущества в экономической теории принято называть абсолютными или относительными. Рациональные экономические агенты активизируют экономическую деятельность в тех отраслях, в которых обладают преимуществами, потому что подобные отрасли имеют наибольший потенциал для развития и создания продукции, они называются отраслями специализации региона. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года также подчеркивает значимость конкурентных преимуществ и определяет перспективную экономическую специализацию субъекта Российской Федерации как «совокупность укрупненных видов экономической деятельности (отраслей), обусловленных благоприятным сочетанием конкурентных преимуществ (пространственных факторов размещения видов экономической деятельности)». На наш взгляд, при рассмотрении экономической специализации региона целесообразно рассматривать, во-первых, межрегиональную конкурентоспособность как наличие преимуществ перед другими регионами, специализирующимися на производстве данной продукции, во-вторых, внутрирегиональную межотраслевую конкурентоспособность как наличие преимуществ, позволяющих локализовать ограниченные экономические ресурсы в производстве данной продукции. Кроме того, известно, что межотраслевые связи могут иметь как конкурентный, так и кооперативный характер, и отрасли специализации могут образовывать цепочки создания добавленной стоимости, повышая эффективность связанных видов экономической деятельности [2,14]. Цель исследования – разработка методического подхода к диагностике перспективной экономической специализации региона на основе оценки производственной связанности и сравнительных (межрегиональных) преимуществ отраслей специализации. Апробация методического подхода на примере субъекта Российской Федерации позволит осуществить аудит перспективной экономической специализации региона и сформулировать предложения по уточнению перечня отраслей текущей эффективной экономической специализации и отраслей, имеющих потенциал роста.

Методы

В экономической литературе отсутствует единый подход к определению терминов «промышленный профиль» и «экономическая специализация» региона. Петров Н.Н. утверждает, что понятие термина «промышленный профиль» может иметь различные трактовки, но у них есть нечто общее, а именно то, что промышленный профиль так или иначе определяет направление развития всей экономики [7,8]. Равзиева Д.И. определяет промышленный профиль как совокупность приоритетных видов деятельности, направленную на обеспечение баланса в структуре экономики и достижения целевых ориентиров развития [9]. Производственная специализация региона – состояние, которое возникает в результате действия

исторических, географических и прочих условий. Сущность состояния специализации может заключаться в том, что в регионе наблюдается повышенное предложение определенных факторов производства, из-за чего соединение данных факторов в процессе производства товара или услуги порождает конкурентоспособный товар или услугу по цене, это открывает возможность создания целых отраслей, которые могут конкурировать с другими субъектами рынка, при этом отрасли являются частью экономики региона, так же, как экономика региона является частью самого региона, а значит регион приобретает конкурентные свойства. Отмечая термин «конкурентоспособность региона», Тарануха Ю.В. предлагает свое определение понятия конкурентоспособности, основанное на перераспределении инвестиционных потоков, но при этом автор отмечает, что консенсуса по содержанию определения до сих пор так и не сложилось [12]. Наличие отраслей, которые относятся к производству продукции на основе преимуществ, дает возможность начала экспортирования конкурентоспособной продукции в иные географические места. Значит, что у подобных отраслей рынок сбыта ограничен всем миром или его частью, что больше, чем у отраслей, ориентированных на внутреннее потребление (потребление внутри государства или региона), следовательно, у отраслей с преимуществами выше возможности производства продукции и создания регионального дохода. Традиционно экономическая специализация территории [15,17,19,20] обуславливается благоприятным сочетанием внутриотраслевых конкурентных преимуществ, а вопросы связанности и комплиментарности отраслей, образующих производственный профиль региона исследован недостаточно. Научная гипотеза данного исследования состоит в том, что производственная (кооперационная) связанность отраслей специализации оказывает значимое влияние на вклад отрасли в создание регионального продукта, что может быть учтено при определении перспективной экономической специализации региона.

Представленное исследование не претендует на всеобъемлющий учет факторов экономической специализации регионов и строится на нескольких предпосылках.

1. При определении отраслей специализации и их сравнительных преимуществ использован комплекс показателей трудовых ресурсов: средняя численность работников, фактически занятых в исследуемых видах деятельности (в чистых ОКВЭД), производительность и капиталовооруженность труда. Данный подход широко используется в мировой и отечественной практике анализа экономической специализации [4,13,18] и позволяет получить детализированное представление о фактическом распределении региональных ресурсов, а также исключить влияние динамики цен и обменного курса на отраслевую структуру производства.

2. Так как данные о фактическом виде деятельности работников (форма федерального статистического наблюдения N П-4 «Сведения о численности и заработной плате работников») обобщается только по юридическим лицам и не включает субъекты малого предпринимательства, то исследование проведено на статистических данных по среднему и крупному бизнесу.

Методический подход к диагностике перспективной экономической специализации региона включает три этапа (табл. 1).

Таблица 1

Методика диагностики экономической специализации региона

| Этап 1. Определение отраслей специализации региона |
|--|
| 1.1. Определение удельного веса средней численности работников, занятых в <i>i</i> -ом виде деятельности (в чистых ОКВЭД), в средней численности работников торгуемого сектора ($УВР_i$) |
| 1.2. Определение коэффициента локализации <i>i</i> -го вида деятельности в регионе (K_L): $K_L = \frac{3_i^P / 3^P}{3_i^{PФ} / 3^{PФ}}$ где 3_i^P и $3_i^{PФ}$ – средняя численность работников, занятых в <i>i</i> -ом виде деятельности (в чистых ОКВЭД), в регионе и в РФ в целом, чел.; 3^P и $3^{PФ}$ – средняя численность работников, занятых во всех видах деятельности, в регионе и в РФ в целом, чел. |
| 1.3. Определение отраслей специализации региона как соответствующих одновременно двум критериям: 1) удельный вес работников отрасли составляет не менее 2% в численности работников торгуемого сектора ($УВР_i \geq 2\%$); 2) коэффициент локализации превышает 1 ($K_L > 1$) |
| Этап 2. Оценка сравнительных преимуществ отраслей специализации |
| 2.1. Расчет средней производительности труда в <i>i</i> -ом виде деятельности: $ПТ_i = \frac{B_i}{3_i}$ где B_i – нетто-выручка предприятий <i>i</i> -го вида деятельности в регионе, тыс. р. |
| 2.2. Расчет средней капиталовооруженности труда в <i>i</i> -ом виде деятельности: $KB_i = \frac{OC_i}{3_i}$ где OC_i – стоимость основных средств предприятий <i>i</i> -го вида деятельности в регионе, тыс. р. |
| 2.3. Определение отраслей специализации региона, обладающих сравнительными преимуществами [3,9,11], как соответствующих одновременно двум критериям: производительность и капиталовооруженность труда в <i>i</i> -ом виде деятельности превышают медианные значения производительности и капиталовооруженности труда для всех регионов локализации данного вида деятельности ($K_L > 1$): $ПТ_i > ПТ_{med} \text{ and } KB_i > KB_{med}$ |
| Этап 3. Определение производственной связанности и внешних эффектов развития отраслей специализации |
| 3.1. Определение значений коэффициентов корреляции Пирсона темпов роста средней численности работников, занятых в <i>i</i> -ом и <i>j</i> -ом видах деятельности (r_{ij}), и отбор производственных связей со средней и высокой статистической зависимостью ($ r_{ij} > 0,5$) |
| 3.2. Визуализация производственного профиля региональной экономики и связанности видов деятельности в виде графа, полученного с помощью силового алгоритма укладки графов [17], параметры: алгоритм укладки – Force Atlas 2, разреженность – 10,0; гравитация – 1,0 |
| 3.3. Определение внешнего эффекта роста объема производства отрасли специализации. Коэффициент внешнего эффекта роста увеличения нетто-выручки по виду деятельности: $K_{ВЭ} = \frac{УВВ_i^C}{УВВ_i}$ где $УВВ_i^C$ – скорректированный с учетом производственной связанности удельный вес нетто-выручки по виду деятельности в общем объеме нетто-выручки торгуемого сектора, %; $УВВ_i$ – удельный вес нетто-выручки по виду деятельности в общем объеме нетто-выручки торгуемого сектора, % |

| Этап 3. Определение производственной связанности и внешних эффектов развития отраслей специализации | |
|--|--|
| $УВВ_i^c = УВВ_i + \sum_{j=1}^n УВВ_i \cdot УВВ_j \cdot r_{ij}, \quad i \neq j, \quad r_{ij} > 0,5,$ | |
| где $(УВВ_i \cdot УВВ_j)$ – произведение удельных весов нетто-выручки связанных видов деятельности i и j , характеризующее «гравитационную» силу связанности (потенциал взаимодействия отраслей); r_{ij} – коэффициент корреляции средней численности работников, занятых в i -ом и j -ом видах деятельности, характеризующий направление и тесноту производственной связанности; n – количество связанных видов деятельности, удовлетворяющих условию: $ r_{ij} > 0,5$ | |

Реализация указанного методического подхода позволяет выявить виды экономической деятельности, обладающие конкурентными преимуществами и оказывающие значимое влияние на динамику регионального развития, что позволяет уточнить и расширить перечень отраслей перспективной экономической специализации региона, обозначенный в документах стратегического планирования.

Результаты

Апробация методического подхода проведена на примере Челябинской области. Информационную базу исследования составили данные федерального статистического наблюдения, агрегированные в Информационно-аналитической системе FIRA PRO. Челябинская область представляет собой индустриальный регион и поиск экономической специализации проведен в рамках торгуемого сектора экономики – разделы ОКВЭД-2: А. Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство; В. Добыча полезных ископаемых; С. Обрабатывающие производства. В 2022 году в торгуемом секторе Челябинской области представлен 71 подкласс экономической деятельности (три знака ОКВЭД-2), на первом этапе исследования по результатам оценки удельного веса средней численности работников и коэффициента локализации выявлено 16 отраслей специализации (рис. 1). Большинство отраслей специализации (13 из 16) относятся к разделу обрабатывающих производств, что подтверждает тезис о том, что Челябинская область является индустриальным регионом. Наибольший удельный вес численности работников в торгуемом секторе занимают: 24.1 Производство чугуна, стали и ферросплавов – 15,07%; 33.1 Ремонт и монтаж металлических изделий, машин и оборудования – 7,29%; 25.4 Производство оружия и боеприпасов – 5,72%. Максимальная степень локализации характерна для: 23.2 Производство огнеупорных изделий – 13,14 (то есть удельный вес занятых в данном виде деятельности в 13,14 раза превышает среднее по РФ значение); 24.1 Производство чугуна, стали и ферросплавов – 8,70; 24.2 Производство стальных труб, полых профилей и фитингов – 5,45.



Рис. 1. Определение отраслей специализации Челябинской области в 2022 году

Среди отраслей специализации Челябинской области только одна – 26.5 Производство контрольно-измерительных и навигационных приборов и аппаратов... (рис. 1, темная заливка), относится к отраслям высокого технологического уровня, ее удельный вес в торгуемом секторе составляет всего 2,18%, шесть отраслей специализации (коды группировки: 20.1, 28.1,

28.9, 29.1, 30.2, 33.1; светлая заливка) – к отраслям среднего высокого технологического уровня, их суммарный удельный вес – 23,15%, что говорит о специализации Челябинской области на производстве продукции средне низкого и низкого технологического уровня [10]. На втором этапе были определены отрасли специализации, обладающие сравнительными преимуществами, которые более эффективно используют возможности для своего развития, в сравнении с другими регионами России, с соответствующей отраслевой специализацией. Для этого были определены средние значения производительности и капиталовооруженности труда по отраслям специализации Челябинской области в 2022 году, а также медианные значения аналогичных показателей для регионов отраслевой специализации (например, вид деятельности 01.4 Животноводство локализован в 39 субъектах РФ, 24.1 Производство чугуна, стали и ферросплавов – в 14 субъектах РФ).

Результаты оценки сравнительных преимуществ отраслей специализации Челябинской области в 2022 году представлены в табл. 2. и на рис. 2. Максимальные абсолютные значения производительности и капиталовооруженности труда отмечаются в видах деятельности: 07.2 Добыча руд цветных металлов и 24.1 Производство чугуна, стали и ферросплавов. Только у шести отраслей специализации (коды группировки: 01.4, 07.2, 10.7, 23.2, 24.1, 28.1) средние значения производительности и капиталовооруженности труда превышают медианные значения соответствующих показателей для всех регионов локализации данных видов деятельности, то есть одновременно объем производства в расчете на одного работника и обеспеченность капитальными ресурсами выше, чем у половины специализированных регионов, такое состояние указывает на наличие конкурентных преимуществ и перспектив развития отрасли и региональной экономики в целом. Только один вид деятельности – 28.1 Производство машин и оборудования общего назначения относится к отраслям среднего высокого технологического уровня. У двух других средне-высокотехнологических видов деятельности наблюдаются преимущества по одному из критериев сравнения: высокая производительность труда у 29.1 Производство автотранспортных средств и высокая капиталовооруженность у 30.2 Производство железнодорожных локомотивов и подвижного состава, – данные отрасли имеют потенциал роста и могут стать объектом реформирования региональной структурной политики и приоритета национального технологического суверенитета.

Таблица 2

Оценка сравнительных преимуществ отраслей специализации Челябинской области в 2022 году

| Отрасль специализации | Производительность труда, тыс. р. | | | Капиталовооруженность труда, тыс. р. | | |
|--|-----------------------------------|---|-----------|--------------------------------------|---|-----------|
| | Значение показателя (1) | Медианное значение по специализированным регионам (2) | (1) / (2) | Значение показателя (3) | Медианное значение по специализированным регионам (4) | (3) / (4) |
| 01.4 Животноводство | 6750 | 6116 | 1,10 | 5844 | 4350 | 1,34 |
| 07.2 Добыча руд цветных металлов | 19001 | 9596 | 1,98 | 14158 | 5400 | 2,62 |
| 10.1 Переработка и консервирование мяса и мясной пищевой продукции | 1431 | 6736 | 0,21 | 262 | 613 | 0,43 |
| 10.7 Производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий | 5299 | 3935 | 1,35 | 1265 | 679 | 1,86 |
| 20.1 Производство основных химических веществ... | 2774 | 16770 | 0,17 | 2386 | 6164 | 0,39 |
| 23.2 Производство огнеупорных изделий | 10030 | 7480 | 1,34 | 4074 | 592 | 6,88 |
| 24.1 Производство чугуна, стали и ферросплавов | 25303 | 18999 | 1,33 | 7886 | 4345 | 1,81 |
| 24.2 Производство стальных труб... | 12409 | 15455 | 0,80 | 1220 | 2678 | 0,46 |
| 25.1 Производство строительных металлических конструкций и изделий | 4094 | 5999 | 0,68 | 564 | 596 | 0,95 |
| 25.4 Производство оружия и боеприпасов | Н/д | | | | | |
| 26.5 Производство контрольно-измерительных и навигационных приборов... | 2515 | 3178 | 0,79 | 652 | 830 | 0,78 |
| 28.1 Производство машин и оборудования общего назначения | 18756 | 3636 | 5,16 | 2747 | 893 | 3,08 |
| 28.9 Производство прочих машин специального назначения | 2834 | 4135 | 0,69 | 691 | 811 | 0,85 |
| 29.1 Производство автотранспортных средств | 10549 | 8996 | 1,17 | 942 | 1049 | 0,90 |
| 30.2 Производство железнодорожных локомотивов и подвижного состава | 1214 | 5427 | 0,22 | 880 | 862 | 1,02 |
| 33.1 Ремонт и монтаж металлических изделий, машин и оборудования | 1487 | 1839 | 0,81 | 70 | 294 | 0,24 |

Пояснение: заливкой обозначены показатели, соответствующие критериям сравнительных преимуществ.

Для определения значимости и производственной связанности отраслей специализации рассчитаны значения коэффициентов корреляции Пирсона темпов роста числа работников (в чистых ОКВЭД) по всем парам отраслей специализации за период 2016–2022 гг., определены связи отраслей специализации со средней и высокой статистической зависимостью – $|r| > 0,5$, установлено наличие значимых положительных и отрицательных статистических зависимостей (табл. 3).

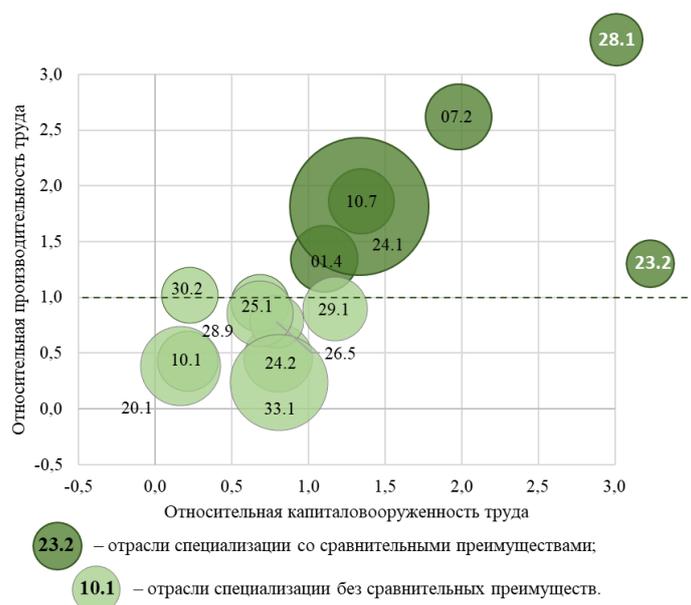


Рис. 2. Позиционирование отраслей специализации Челябинской области со сравнительными преимуществами

Таблица 3

Матрица связанности отраслей специализации Челябинской области

| Код ВЭД | 01.4 | 07.2 | 10.1 | 10.7 | 20.1 | 23.2 | 24.1 | 24.2 | 25.1 | 25.4 | 26.5 | 28.1 | 28.9 | 29.1 | 30.2 | 33.1 |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 01.4 | 1,00 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 07.2 | 0,15 | 1,00 | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.1 | 0,69 | -0,45 | 1,00 | | | | | | | | | | | | | |
| 10.7 | 0,23 | 0,46 | -0,48 | 1,00 | | | | | | | | | | | | |
| 20.1 | -0,30 | -0,09 | 0,58 | -0,22 | 1,00 | | | | | | | | | | | |
| 23.2 | 0,49 | 0,13 | -0,50 | 0,21 | 0,99 | 1,00 | | | | | | | | | | |
| 24.1 | 0,21 | 0,19 | 0,04 | 0,36 | -0,47 | 0,58 | 1,00 | | | | | | | | | |
| 24.2 | 0,36 | -0,55 | 0,36 | -0,24 | -0,52 | 0,57 | 0,51 | 1,00 | | | | | | | | |
| 25.1 | 0,05 | 0,03 | -0,45 | 0,01 | -0,13 | 0,71 | 0,17 | -0,32 | 1,00 | | | | | | | |
| 25.4 | -0,09 | 0,63 | 0,17 | -0,19 | -0,19 | 0,28 | 0,71 | 0,43 | 0,58 | 1,00 | | | | | | |
| 26.5 | 0,47 | 0,64 | -0,46 | -0,23 | -0,30 | 0,24 | -0,42 | -0,36 | 0,14 | 0,74 | 1,00 | | | | | |
| 28.1 | 0,80 | 0,09 | 0,19 | -0,24 | 0,85 | -0,85 | -0,49 | -0,77 | 0,33 | -0,06 | 0,04 | 1,00 | | | | |
| 28.9 | 0,70 | -0,21 | -0,25 | 0,53 | -0,60 | 0,53 | -0,04 | 0,51 | -0,49 | -0,40 | 0,02 | -0,82 | 1,00 | | | |
| 29.1 | 0,39 | -0,40 | 0,07 | -0,25 | 0,55 | -0,57 | -0,27 | -0,40 | 0,66 | 0,38 | -0,26 | 0,73 | -0,60 | 1,00 | | |
| 30.2 | -0,23 | -0,49 | 0,35 | -0,26 | 0,42 | -0,52 | 0,76 | -0,01 | -0,61 | -0,65 | -0,09 | 0,11 | 0,41 | 0,04 | 1,00 | |
| 33.1 | -0,16 | 0,29 | 0,45 | -0,47 | 0,15 | -0,06 | 0,80 | 0,07 | -0,42 | -0,11 | 0,38 | 0,08 | -0,31 | -0,45 | -0,10 | 1,00 |

Пояснение: заливкой обозначены связи отраслей специализации со средней и высокой статистической зависимостью ($|r| > 0,5$).

Положительное значение коэффициента корреляции означает, что рост числа работников, занятых по одному виду деятельности систематически сопровождается увеличением числа занятых по другому виду деятельности, например, такая связь зафиксирована по видам деятельности: 20.1 Производство основных химических веществ... и 23.2 Производство огнеупорных изделий; 24.1 Производство чугуна, стали и ферросплавов и 33.1 Ремонт и монтаж металлических изделий, машин и оборудования – такая зависимость может свидетельствовать о существовании производственно-технологической связанности видов экономической деятельности и включенности отраслей специализации в общие цепочки создания добавленной стоимости. Отрицательное значение коэффициента корреляции означает, что рост числа работников, занятых по одному виду деятельности систематически сопровождается снижением числа занятых по другому виду деятельности, например, такая связь наблюдается по видам деятельности: 23.2 Производство огнеупорных изделий и 28.1 Производство машин и оборудования общего назначения; 28.1 Производство машин и оборудования общего назначения и 28.9 Производство прочих машин специального назначения – такая зависимость может свидетельствовать об изменении отраслевой структуры производства либо в случае изменения товарной структуры производства предприятий, либо при перетоке работников с одного предприятия на другое, в любом случае, это указывает на производственно-технологическую связанность видов деятельности и конкуренцию за использование общих трудовых ресурсов. Для визуализации

производственного профиля региональной экономики и связанности видов деятельности построен граф (рис. 3). Узлы графов характеризуют отрасли специализации (размер узла определяется числом занятых по данному виду деятельности в 2022 году), ребра графов характеризуют силу и направление корреляционной связи отраслей в соответствии с матрицей производственной связанности (табл. 3). Для построения графа использованы только ребра со средней и высокой статистической зависимостью – $|r| > 0,5$. Граф производственного профиля региона получен с помощью силового алгоритма укладки графов. В процессе работы алгоритма укладки графов узлы (отрасли специализации) притягиваются и отталкиваются с определенной силой, определяемой значение коэффициента корреляции, и располагаются так, чтобы система пришла в равновесие и напряжения компенсировали друг друга, в результате группы связанных отраслей специализации занимают обоснованное положение на плоскости [4].

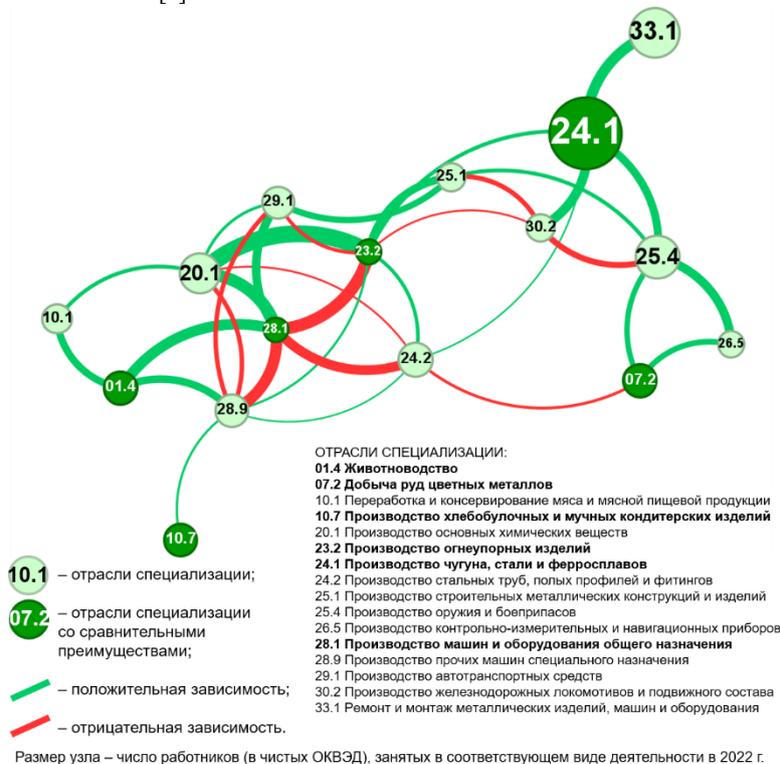


Рис. 3. Граф производственного профиля Челябинской области

Граф производственного профиля Челябинской области показывает группы взаимосвязанных отраслей, силу и направление статистической зависимости численности работников, занятых в различных видах деятельности, некоторые отрасли, например, 10.7 Производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий, занимают изолированное положение в экономическом пространстве региона и слабо связаны с другими отраслями специализации, другие виды деятельности, например, 28.1 Производство машин и оборудования общего назначения, занимают центральные позиции в производственном профиле и имеют множество разнонаправленных связей. Для обобщения результатов анализа производственной связанности и оценки внутренних (собственного производства отрасли) и внешних (влияния на объемы производства в статистически связанных (смежных) отраслях) эффектов создания регионального продукта проведен расчет удельного веса и скорректированного с учетом межотраслевой связанности удельного веса нетто-выручки в торгуемом секторе (рис. 4).

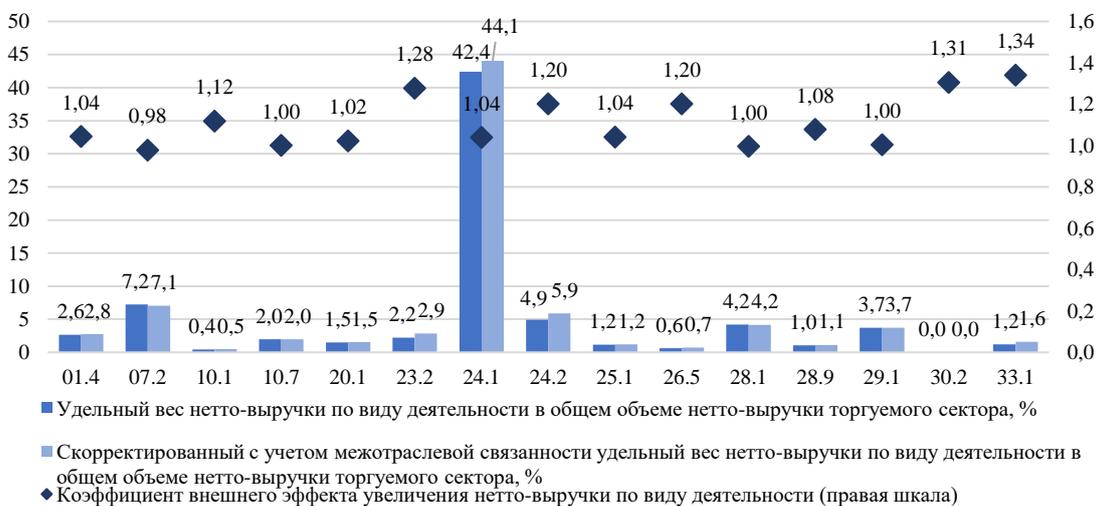


Рис. 4. Внешние эффекты увеличения нетто-выручки отраслей специализации Челябинской области в 2022 году

В условиях отсутствия информации об объеме выручки по виду деятельности 25.4 Производство оружия и боеприпасов только у одной отрасли – 07.2 Добыча руд цветных металлов установлено наличие незначительного отрицательного внешнего эффекта: в условиях высокой конкуренции на региональном рынке труда рост нетто-выручки в добывающем секторе на 1% ограничивает рост выручки в смежных отраслях на 0,02% (коэффициент внешнего эффекта равен 0,98). Максимальные положительные внешние эффекты характерны для отраслей: 33.1 Ремонт и монтаж металлических изделий, машин и оборудования – коэффициент внешнего эффекта составляет 1,34; 30.2 Производство железнодорожных локомотивов и подвижного состава – 1,31; 23.2 Производство огнеупорных изделий – 1,28. Указанные результаты подтверждают научную гипотезу исследования о том, что производственная (кооперационная) связанность отраслей специализации оказывает значимое влияние на вклад отрасли в создание регионального продукта и объем производства торгуемого сектора.

Обсуждение

Выявленные отрасли экономической специализации Челябинской области, обладающие сравнительными преимуществами перед другими регионами и положительными внешними эффектами за счет внутрирегиональную межотраслевой связанности, должны быть приоритетами структурной политики региона. На рис. 5 представлено соотношение отраслей текущей эффективной экономической специализации региона, обозначенных в Стратегии социально-экономического развития Челябинской области на период до 2035 года, и перспективных отраслей специализации, выявленных по результатам анализа.

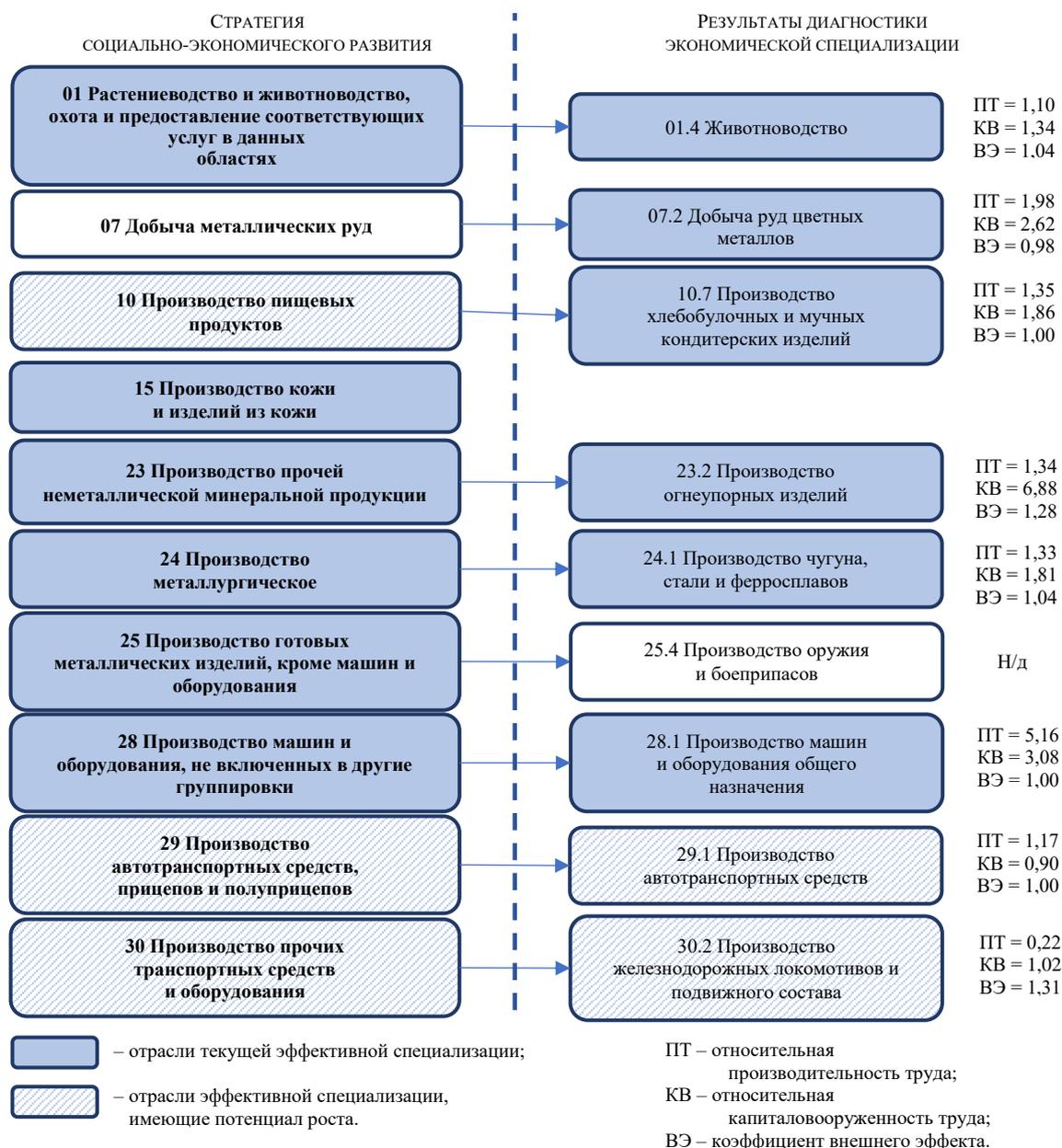


Рис. 5. Аудит перспективной экономической специализации Челябинской области

Стратегия социально-экономического развития Челябинской области содержит перечень классов (на уровне двух знаков ОКВЭД-2) видов деятельности перспективной специализации, проведенное исследование позволяет уточнить виды деятельности до подклассов (на уровне трех знаков ОКВЭД-2). Текущая эффективная экономическая специализация

Челябинской области может быть скорректирована, так как по состоянию на 2022 год один вид деятельности – 15 Производство кожи и изделий из кожи не имеет отраслевой специализации, а значимая отрасль специализации, имеющая сравнительные преимущества, – 07 Добыча металлических руд не представлена в Стратегии. Среди отраслей специализации, имеющих потенциал роста, одна – 10.7 Производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий к 2022 году обладает реально значимыми конкурентными преимуществами и может войти в состав текущей эффективной специализации. Таким образом, диагностика перспективной экономической специализации региона на основе оценки производственной связанности и относительных (межрегиональных) преимуществ отраслей специализации позволяет производить оперативные научно-обоснованные корректировки документов стратегического развития и может быть использована при реализации структурной политики [6].

Заключение

Результаты исследования могут быть расширены и уточнены за счет увеличения перечня критериев локализации, производительности и эффективности отраслей специализации региона. Дальнейшие исследования могут быть посвящены описанию производственного профиля региона с помощью систем уравнений, установлению количественных взаимосвязей между объемами производства отраслей специализации и валовым региональным продуктом. Практическое применение полученных результатов возможно в области государственного управления социально-экономическим развитием, а именно учете результатов исследования при составлении и обновлении документов стратегического планирования.

Благодарность

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда и Челябинской области № 23-28-10167. [Электронный ресурс] URL: <https://rscf.ru/project/23-28-10167/>.

Литература

1. Айвазян С.А. Метод кластеризации регионов РФ с учетом отраслевой структуры ВРП / С.А. Айвазян, М.Ю. Афанасьев, А.В. Кудров // Прикладная эконометрика. – 2016. – № 1. – С. 24-46.
2. Данилова И.В. Диагностика отраслевых взаимосвязей в развитии открытых моноспециализированных регионов / И.В. Данилова, Е.Н. Салимоненко // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2020. – Т. 30. – № 5. – С. 629-638.
3. Ельшин Л.А. Методические подходы к оценке конкурентоспособности промышленных секторов экономики (на примере регионов Приволжского федерального округа) / Л.А. Ельшин // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. – 2015. – № 8. – С. 101-105.
4. Ефферин Я.Ю. Адаптация концепции умной специализации для развития регионов России / Я.Ю. Ефферин, Е.С. Куценко // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2021. – № 3. – С. 75-110.
5. Козоногова Е.В. Методика определения стратегии отраслевого развития регионов на основе концепции path dependence / Е.В. Козоногова, Н.А. Цехмистер // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2022. – № 4. – С. 28-46.
6. Куценко Е.С. Фокусировка региональной промышленной политики через отраслевую специализацию / Е.С. Куценко, В.Л. Абашкин, Е.А. Исланкина // Вопросы экономики. – 2019. – № 5. – С. 65-89.
7. Петров Н.Н. Место и значение сценарного подхода развития промышленного профиля региона как перфоменса социально-экономического развития региона / Н.Н. Петров // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2019. – № 4. – С. 29-34.
8. Петров Н.Н. Содержание и сущность перфоменса развития промышленного профиля региона / Н.Н. Петров // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2019. – № 2-3. – С. 60-65.
9. Равзиева Д.И. Методологический подход к формированию эффективного промышленного профиля региона / Д.И. Равзиева // Казанский экономический вестник. – 2018. – № 1. – С. 30-34.
10. Савельева И.П. Реструктуризация экономики моноспециализированных регионов на основе оценки технологичности экономических специализаций / И.П. Савельева, И.В. Данилова, Н.В. Правдина // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2022. – № 1. – С. 125-138.
11. Сафиуллин А.Р. К вопросу методологии оценки региональных конкурентных преимуществ по видам деятельности / А.Р. Сафиуллин // Актуальные проблемы экономики и права. – 2015. – № 2. – С. 102-108.
12. Тарануха Ю.В. Экономическая природа и содержание конкурентоспособности региона: нарративный подход / Ю.В. Тарануха // Экономика региона. – 2024. – Т. 20. – № 1. – С. 106-134.
13. Boschma R. Constructing regional advantage and smart specialisation: Comparison of two European policy concepts / R. Boschma // Scienze Regionali. – 2014. – Vol. 13. – № 1. – P. 51-68.
14. Françoso M.S. Regional diversification in Brazil: The role of relatedness and complexity / M.S. Françoso, R. Boschma, N. Vonortas // Growth and Change, 2024. – № 55.
15. Frenken K. A theoretical framework for evolutionary economic geography: industrial dynamics and urban growth as a branching process / K. Frenken, R.A. Boschma // Journal of Economic Geography. – 2007. – № 7. – P. 635-649.
16. Fruchterman T.M.J. Graph Drawing by Force-Directed Placement, Software – Practice & Experience / T.M.J. Fruchterman, E.M. Reingold // Wiley. – 1991. – № 21. – P. 1129-1164.
17. Grillitsch M. Agency and economic change in regions: identifying routes to new path development using qualitative comparative analysis / M. Grillitsch, M. Sotarauta, B. Asheim, R.D. Fitjar // Regional Studies. – 2022. – № 57. – P. 1453-1468.
18. Kutsenko E. The evolution of cluster initiatives in Russia: the impacts of policy, life-time, proximity and innovative environment / E. Kutsenko, E. Islanikina, V. Abashkin // Foresight. – 2017. – Vol. 19. – No. 2. – P. 87-120.
19. Martin R. Path Dependence and Regional Economic Evolution / R. Martin, P. Sunley // Journal of Economic Geography. – 2006. – № 6. – P. 395-437.
20. McCann P. The productivity performance of different types of UK regions and the challenges of levelling up / P. McCann, P.-Y. Yuan // National Institute Economic Review. – 2022. – V. 261. – P. 79-98.
21. Neffke F. How Do Regions Diversify over Time? Industry Relatedness and the Development of New Growth Paths in Regions. / F. Neffke, M. Henning, R. Boschma // Economic Geography. – 2011. – V. 87. – I. 3. – P. 237-265.

УДК 338.2

А.П. Родионов

**ИНВЕСТИЦИОННАЯ ОЦЕНКА МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ
ПОТРЕБНОСТЕЙ РЕСУРСОСНАБЖАЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ
В ИНТЕРЕСАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

A.P. Rodionov

**INVESTMENT ASSESSMENT OF MEASURES TO REALIZE
THE NEEDS OF RESOURCE SUPPLYING ORGANIZATIONS
FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

Ключевые слова: инвестиционная деятельность, водоснабжение, водоотведение, предприятия, водопроводно-канализационное хозяйство, устойчивое развитие, энергоэффективность, валовая выручка.

Keywords: investment activity, water supply, sanitation, enterprises, water supply and sewerage facilities, sustainable development, energy efficiency, gross revenue.

Цель: рассмотреть инвестиционную оценку мероприятий для реализации потребностей ресурсоснабжающих организаций. Обсуждение: в исследовании представлены возможности организации инвестиционной деятельности для ресурсоснабжающих организаций. Принципы инвестирования базируются на группировке мероприятий и их последующей оценке по степени важности для ресурсоснабжающего предприятия. Инвестирование – важнейший механизм развития предприятия водопроводно-канализационного хозяйства. Инвестиционные мероприятия формируются для трех блоков деятельности предприятия: водоснабжение; водоотведение общесплавной и хозяйственно-бытовой систем; водоотведение раздельной дождевой системы. Результаты: инвестирование в природоохранные технологии позволяет формировать и поддерживать принципы устойчивого развития. Водные ресурсы и их устойчивость позволяют регионам эффективно развиваться в современной действительности. Предприятия водопроводно-канализационного хозяйства являются инвестиционно-привлекательными, что позволяет составлять и классифицировать перечень конкретных мероприятий и способы их инвестирования. Инвестиционная деятельность является оценочной и позволяет развивать управленческую составляющую.

Purpose: to consider an investment assessment of measures to meet the needs of resource supply organizations. Discussion: the study presents the possibilities of organizing investment activities for resource supply organizations. The investment principles are based on grouping activities and their subsequent assessment according to the degree of importance for the resource supply enterprise. Investment is the most important mechanism for the development of a water supply and sewerage enterprise. Investment activities are formed for three blocks of enterprise activity: water supply; drainage of general alloy and household systems; drainage of separate rainwater system. Results: investing in environmental technologies allows us to form and support the principles of sustainable development. Water resources and their sustainability allow regions to effectively develop in modern reality. Water supply and sewerage enterprises are investment-attractive, which makes it possible to compile and classify a list of specific activities and methods of investing them. Investment activity is evaluative and allows for the development of the management component.

Электронный адрес: britva-69@yandex.ru

Введение

Устойчивое развитие регионов Российской Федерации возможно только в случае развития водных ресурсов, т.к. водные ресурсы напрямую влияют на качество жизни и здоровье населения. Показатели работы предприятия водопроводно-канализационного хозяйства напрямую влияют на региональное становление и экологическую обстановку в регионе. Для целей достижения необходимых показателей работы предприятия предлагается реализовать перечень мероприятий, относящихся к классу инвестиционных. Каждое мероприятие представляет собой локальный технологический проект, влияющий на параметры производственной программы и величины целевых показателей. Инвестиционные мероприятия формируются для трех блоков деятельности предприятия:

- водоснабжение;
- водоотведение общесплавной и хозяйственно-бытовой систем;
- водоотведение раздельной дождевой системы.

Методы

Инвестиционные мероприятия делятся на несколько основных групп по целевым признакам [14].

Группа А. Осуществление мероприятий, касающихся центральной системы водоснабжения / водоотведения.

Группа Б. Мероприятия, направленные на строительство новых объектов и осуществление капитальных вложений.

Группа В. Осуществление мероприятий по модернизации объектов в целях замены изношенного оборудования.

Группа Г. Осуществление мероприятий, направленных на повышение экологической эффективности, достижение плановых значений показателей надежности, качества и энергоэффективности объектов централизованных систем водоснабжения, не включенных в прочие группы мероприятий [15].

Группа Д. Осуществление демонтажа и вывода из эксплуатации объектов водоснабжения / водоотведения.

По объектным признакам инвестиционные мероприятия делятся на [2,7]:

- мероприятия, относящиеся к сетям;
- мероприятия, относящиеся к иным объектам централизованного водоснабжения или водоотведения;
- мероприятия, относящиеся к инфраструктуре предприятия.

Состав инвестиционных мероприятий определен различными целями и задачами, которые регламентированы различными нормативами и требованиями. основополагающим документом является Схема водоснабжения и водоотведения, утверждаемая администрацией города, которая определяет все основные параметры, включая технические и технологические, деятельности Предприятия на период 2015-2025 гг. с перспективой до 2030 года [10,13].

Группа А содержит мероприятия, которые обеспечивают развитие города в соответствии с Генеральным планом, в части подключения вновь вводимых объектов. Значительная часть этих мероприятий обеспечивается платой за подключение.

Другая часть мероприятий носит социальный характер и направлена на увеличение доступности услуг водоснабжения и водоотведения различным поселениям, часто находящимся за чертой города. Формирование предложений данной группы происходит в соответствии с планами строительства новых объектов [5].

Группа В содержит мероприятия по строительству новых объектов централизованных систем водоснабжения и водоотведения не связанных с подключением новых абонентов. Данные мероприятия формируются исходя из потребностей развития системы водоканала в целом. В данную категорию попадают мероприятия по строительству новых объектов, за счет которых предприятие увеличивает имущественные активы и производственные параметры. Многие мероприятия этой группы направлены на улучшение показателей качества – строительство водопроводных станций (пос. «Молодежное» и площадка «Дюны»), снижение влияния на экологию (ликвидация прямых выпусков в водные объекты города), или на повышение надежности (прокладка новых водоводов для ликвидации сценок) [9,12].

Группа Г содержит мероприятия, направленные на реконструкцию или модернизацию существующих объектов водоснабжения или водоотведения в рамках тех задач, которые на них были возложены. Учитывая значительный возраст оборудования и моральное старение технологических решений централизованных систем водоснабжения и водоотведения, многие мероприятия направлены на использование современных технологических решений. В данную группу попадают мероприятия по реконструкции существующих систем водоподготовки и транспортировки. Разработка состава мероприятий данной группы и определение сроков реализации является одной из основных задач в формировании оптимальной политики управления эффективностью и стоимостью предприятия [4].

Группа Д содержит мероприятия, направленные на развитие существующей инфраструктуры и систем обеспечения работы оборудования. Данные мероприятия направлены на совершенствование отдельных производственных процессов (строительство новых линий по сжиганию сухого осадка, совершенствованию эффективности информационных систем, оптимизация работы теплоэнергетического оборудования и т.д.).

Результаты

При выборе мероприятий для целей формирования адресного перечня необходимо использовать систему приоритетов. В данном случае использован следующий подход с нисходящим убыванием значимости (таблица).

Таблица

Определение приоритетов для целей формирования адресного перечня мероприятий [1,8,11]

| № | Приоритет | Мероприятия |
|----|---|---|
| 1. | Обеспечение качества питьевой воды, согласно СанПиН | В программе запланированы все необходимые мероприятия, позволяющие привести показатели качества питьевой воды к требуемому уровню: модернизация ГВС, СВС. Установка на НС оборудования доочистки и обеззараживания. Перекладке части водоводов. |
| 2. | Исполнение обязательств по подключению новых абонентов | Запланировано строительство магистральных водоводов. Общий объем строительства новых сетей -882,1 км. |
| 3. | Снижение объемов сброса загрязняющих веществ в водные объекты | В программе запланирована ликвидация (переключение) прямых выпусков как в р. Неву, так и частично в ее притоки, включая строительство Охтинских коллекторов (по обеим берегам). Запланирована ликвидация сброса промывных вод водопроводных станций (ЮВС, Кронштадт, Петродворец, Зеленогорск). Запланированы реконструкции КОС, позволяющих снизить содержание загрязняющих компонент. |
| 4. | Обеспечение надежности водоснабжения и водоотведения | Запланированы мероприятия по ликвидации сценок, замены части водоводов. Строительство части кольцующих коллекторов (ул. Бассейная). Объем перекладки позволяет снизить величину водоводов, нуждающихся в реконструкции. |
| 5. | Обеспечение соответствия действующим стандартам, регламентам, СНиП и т.д. параметров качества и надежности оборудования и процессов | Запланирована реконструкция оборудования централизованной системы водоснабжения и водоотведения в части модернизации оборудования, не удовлетворяющего требованиям безопасности и надежности. |
| 6. | Повышение энергоэффективности работы оборудования | Запланирована замены оборудования с высокими удельными расходами электроэнергии (НС 1-го подъема СВС, ЮВС, модернизация НС 2-го подъема, модернизация части НС 3,4-го подъемов в части оснащения устройствами регулировки, установка внутримдомовых ПНС и т.д.) Запланирована частичная модернизация систем отопления и перевод на централизованные источники. Часть мероприятий секвестрирована. |
| 7. | Необходимость совершенствовать существующую инфраструктуру предприятия | Запланировано строительство линий ЗСО. Запланированы различные мероприятия, включая IT, ремонт зданий управления и т.д. |

Другим необходимым требованием было обеспечение достижения параметров качества, надежности и энергоэффективности, утвержденных в схеме водоснабжения и водоотведения.

Обсуждение

Стоимость и время реализации инвестиционных мероприятий формирует потребность в финансировании в течение всего рассматриваемого периода, которое участвует в формировании тарифа. Сравнение и оценка конкурсных предложений осуществляются на основе показателя дисконтированной валовой выручки. Дисконтированная валовая выручка определяется с учетом значений конкурсных критериев участника конкурса, определенных на основе конкурсного предложения, а также с учетом заданных в Конкурсной документации параметров. Расчет Дисконтированной валовой выручки осуществляется с использованием следующей формулы [3,6]:

$$ДВ = \sum_{t=T_0}^{T_n} \frac{(НВВ_t + ИПлат_t + ЭПлат_t + Вn)}{(1+r)^{t-T_0}}, \tag{1}$$

где:

ДВ – дисконтированная валовая выручка;

НВВt –необходимая валовая выручка в каждый год срока действия концессионного соглашения t;

ИПлат – расходы концедента на создание/реконструкцию объекта концессионного соглашения в каждый год срока действия концессионного соглашения t (инвестиционный платеж);

ЭПлат – расходы концедента на использование (эксплуатацию) объекта концессионного соглашения в каждый год срока действия концессионного соглашения t (эксплуатационный платеж);

V_n – размер расходов концессионера, не возмещенных на дату окончания срока действия концессионного соглашения;

$(1+r)$ – коэффициент дисконтирования;

r – норма доходности инвестированного капитала (устанавливается в конкурсной документации);

T_0 – первый год срока действия Концессионного соглашения;

T_n – последний год срока действия Концессионного соглашения.

Предполагается, что в рамках реализации проекта, в качестве метода регулирования тарифов будет выбран метод индексации. Для данного метода необходимая валовая выручка складывается из следующих компонентов:

– текущие расходы;

– амортизация;

– нормативная прибыль;

– расчетная предпринимательская прибыль гарантирующей организации.

Предельный (максимальный) уровень темпов роста необходимой валовой выручки устанавливается в Конкурсной документации.

Заключение

Расчет Дисконтированной валовой выручки осуществляется с использованием вычислительной программы, опубликованной на сайте torgi.gov.ru. После расчета размера Дисконтированной валовой выручки конкурсные предложения ранжируются в соответствии с результирующим значением. Лучшим конкурсным предложением признается предложение с минимальным значением Дисконтированной валовой выручки. В случае если значения Дисконтированной валовой выручки для лучшего предложения и для следующего за ним предложения различаются менее чем на 2%, дополнительно производится сравнение на основе плановых показателей деятельности Концессионера: победителем признается тот участник конкурса, чье конкурсное предложение содержит наибольшее количество лучших плановых показателей деятельности Концессионера по сравнению с конкурирующими предложениями. Инвестиционная деятельность является важнейшим направлением для развития ресурсоснабжающих предприятий, поскольку позволяет выявлять необходимые мероприятия по важности и приоритетности. Инвестиционная деятельность является оценочной и позволяет развивать управленческую составляющую.

Литература

1. Ахмадеев А.М. Инновационная и инвестиционная деятельность фирмы: монография / Уфа: Аэтерна, 2019. – 152 с.
2. Ахмадеев А.М. Инвестиционная деятельность финансово-кредитных институтов в инновационной экономике: монография / ГБОУ ВПО «Башк. акад. гос. службы и управления при Президенте Респ. Башкортостан», Каф. инновац. экономики. – Уфа: БАГСУ, 2013. – 175 с.
3. Кренева С.Г. Инвестиционная активность региона: монография / ФГБОУ ВПО «Марийский гос. ун-т», Ин-т экономики, упр. и финансов. – Йошкар-Ола: Марийский государственный университет, 2014. – 150 с.
4. Литвинова В.В. Инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат региона: монография / Федер. гос. образоват. бюджет. учреждение высш. проф. образования «Фин. ун-т при Правительстве Рос. Федерации», Каф. гос. и муницип. финансов. – Москва: Финансовый университет, 2013. – 116 с.
5. Минько Л.В. Оценка инвестиционной кредитоспособности предприятия: монография / Тамбов: Изд-во ИП Чеснокова А.В., 2015. – 179 с.
6. Мясин В.Н. Ключевые точки инвестиционного роста: методология выявления и регулирования: монография / Архангельск: КИРА, 2018. – 231 с.
7. Пыткин А.Н., Баландин Д.А. Инвестиционная деятельность в освоении Арктического региона / Уральское отд-ние, Федеральное гос. бюджетное учреждение науки Ин-т экономики. – Екатеринбург: Ин-т экономики Уральского отделения Российской академии наук, 2013. – 185 с.
8. Сергеева А.Ю. Вопросы теории и практики налогового регулирования инвестиционной деятельности природопользователей: монография / Москва: Спутник+, 2013. – 134 с.
9. Шваб Ч. Инвестиционная революция: как мы сделали биржу доступной каждому / Москва: Альпина Паблишер, 2020. – 287 с.
10. Швецова И.Н. Инвестиционная деятельность компаний и проблемы повышения энергоэффективности в условиях Севера: монография / ФГБОУ ВПО «Сыктывкарский гос. ун-т». – Сыктывкар: Изд-во СыктГУ, 2014. – 245 с.
11. Шеховцова Ю.А. Государство в системе обеспечения инвестиционной безопасности: монография / Саратов: Научная книга, 2013. – 153 с.
12. Шеховцова Ю.А. Нейтрализация (оптимизация) угроз инвестиционной безопасности государства: монография / Саратов: Научная книга, 2016. – 431 с.
13. Черняк В.З. Принципы управления проектами и программы: монография / Москва: АСВ, 2019. – 443 с.
14. Treyma M.G., Nazarova A.N., Ignatova D.Y. Benchmarking as a tool for the development of green technologies in the water supply and sanitation enterprise // Web of conference AGRITECH-VIII, 2023. – P. 1-7.
15. Treyma M.G., Bezdudnaya A.G., Ksenofontova T.Y., Smirnov R.V., Pogoreltsev A.S. Forecast of development of regional water supply and sanitation systems considering environmental, economic and social aspects as exemplified by Saint Petersburg // Revista Gestão & Tecnologia, Pedro Leopoldo, 2022. – V. 22. – № 1. – P. 76-92.

УДК 332.12

М.А. Рыбалко, А.С. Астахин, Н.С. Говоруха

**МАРКЕТИНГОВОЕ ВЛИЯНИЕ УНИВЕРСИТЕТОВ
НА ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ**

M.A. Rybalko, A.S. Astahin, N.S. Govoruha

**MARKETING INFLUENCE OF UNIVERSITIES
ON TERRITORIAL DEVELOPMENT**

Ключевые слова: университеты, территориальное развитие, сотрудники вузов, заинтересованное лицо, маркетинг территории, позиционирование территорий, имидж университета, стейкхолдеры.

Keywords: universities, territorial development, university staff, stakeholders, territory marketing, territory positioning, university image, stakeholders.

Цель: уточнение дифференциации целевых аудиторий (внешних и внутренних) в маркетинге территории, определение позиции и роли университетов как заинтересованных лиц в территориальном маркетинге. Обсуждение: в статье исследуются подходы к классификации заинтересованных лиц территории (ЗЛТ), приводится уточнение позиции университетов в качестве ЗЛТ в территориальном маркетинге. Специалисты подчеркивают, что в случае активной позиции университетов как заинтересованных лиц территории и реализации ими стратегии развития как центра инноваций опережающего образования с учетом потребностей индустриальных партнеров, а также текущих и прогнозируемых запросов на социально-экономические изменения, может совпадать со стратегией развития региона. Результаты: уточнено, что университеты выступают значимым игроком, участником территориального маркетинга. Для ряда территорий продвижение имиджа и бренда могут быть основаны на имиджевых характеристиках и бренде университета, если он является «градообразующей» структурой. Университеты оказывают влияние на формирование и возможности влияния на целевые аудитории других суббрендов территории.

Purpose: to clarify the differentiation of target audiences (external and internal) in territory marketing, to determine the position and role of universities as stakeholders in territory marketing. Discussion: the article examines approaches to the classification of territory stakeholders (TSPs) and clarifies the position of universities as TSPs in territorial marketing. Experts emphasize that in the case of an active position of universities as stakeholders of the territory and their implementation of the development strategy as a center for innovation of advanced education, taking into account the needs of industrial partners, as well as current and projected requests for socio-economic changes, it may coincide with the development strategy of the region. Results: it was clarified that universities are a significant player and participant in territorial marketing. For a number of territories, image and brand promotion can be based on the image characteristics and brand of the university, if it is a “city-forming” structure. Universities influence the formation and ability to influence the target audiences of other sub-brands of the territory.

Электронный адрес: 903103@gmail.com, aastaxin@yandex.ru, govorukha@bsu.edu.ru

Введение

В современной ситуации маркетинг территории является значимым фактором развития региональной экономики [6,9, 17], в свою очередь, университеты выступают полноценными акторами территориального развития, могут рассматриваться в качестве элемента привлечения обучающихся и других категорий граждан в регион, что способствует развитию его потенциала. Анхольт С. отмечает, что «продвижение региона развивалось параллельно с продвижением товаров и услуг, при этом маркетингологи, занимающиеся территориальным продвижением, адаптировали новые маркетинговые технологии более или менее быстро» [21]. Сами вопросы продвижения региона связаны с формированием его имиджа и бренда, которые позволяют осуществлять эффективную коммуникацию с внешними и внутренними аудиториями, привлекать их к развитию территории в рамках формируемого плана стратегических преобразований территории, что отмечает, например, Э.Х. да Сильва Оливейра [27]. Это актуализирует вопрос о том, каким образом дифференцируются целевые аудитории (внешние и внутренние) в маркетинге территории, кто к ним относится, а также где и как проявляется роль университетов, как участников процессов в рамках маркетинга территории.

Методы

Использованы методы научного поиска с опорой на работы специалистов, исследующих данную тематику, сопоставления материалов, логический анализ, графическая интерпретация, анализ и синтез полученной информации. Такие авторы, как Каварацис М. и Хэтч М. Дж. полагают, что в маркетинге территории и, в особенности, в таком его направлении, как территориальный брендинг, выявление целевых аудиторий (которые также именуется стейкхолдерами территориального развития или заинтересованными лицами территории (ЗЛТ)) выступает ключевым вопросом, поскольку от их приверженности зависит успех сотрудничества с ними и решения стоящих перед территорией задач [25]. Классики, а именно Котлер Ф., дал одну из самых первых и известных классификаций заинтересованных лиц территории (или стейкхолдеров территориального развития), которую он именовал «целевыми рынками» в маркетинге территории (табл. 1).

Таблица 1

Классификация целевых рынков в маркетинге территории (по Котлеру Ф.) [9]

| Наименование целевого рынка | Состав целевого рынка (представители) |
|-------------------------------|--|
| Посетители | деловые посетители (участники конференций, переговоров, знакомства с местом, коммерции); туристы и путешественники |
| Местное население и работники | профессионалы (ученые, доктора и т.п.); квалифицированные работники; телеработники; богатые люди; инвесторы; предприниматели; неквалифицированные рабочие; жители старшего возраста и пенсионеры |
| Бизнес и промышленность | тяжелая промышленность; «чистые» сборочные производства, высокотехнологичные производства, обслуживающие предприятия и т.п.; предприниматели |
| Экспортные рынки | другие территории в пределах внутреннего рынка; международные рынки |

Несмотря на ценность представленной выше научной разработки, поясним, что она не в полной мере отражает современную ситуацию, характерную для России, потому что, например, в ней не отражена роль региональных властей, а именно они разрабатывают стратегические документы, определяющие социально-экономическое развитие территории, и также являются заинтересованным лицом, стейкхолдером, участвующим в преобразованиях территории. Кроме того, в ней не детерминирована явно роль общественных организаций и университетов, которые также выступают участниками маркетинга территории. Другая, не менее известная классификация принадлежит Бекманну С., Зенкеру С., которые выделяют четыре основные группы заинтересованных лиц территории (ЗЛТ) и детерминируют подгруппы в их рамках, сообразно появляющимся у них интересам (табл. 2).

Таблица 2

Классификация заинтересованных лиц территории
(по Бекманну С., Зенкеру С.) [23]

| Целевые аудитории / заинтересованные лица | Состав заинтересованных лиц территории |
|---|---|
| Люди, приезжающие | с бизнес-целями; с целью отдохнуть; с профессиональными целями; |
| Проживающие и работающие на данной территории | внутренние (креативный класс, внутренние работники, студенты); внешние (креативный класс, внутренние работники, студенты) |
| Государство и частный сектор | внутренние (государственная служба, инвесторы, компании); внешние (инвесторы, компании) |
| СМИ | представители средств массовой информации |

Приведенная классификация в большей степени отражает ситуацию, характерную для РФ, поскольку здесь явно маркированы в качестве ЗЛТ государство (то есть, применительно к территории, власти в регионе). Однако, здесь выделяются обучающиеся (студенты), которые обучаются в университетах, вместе с тем, не выделены университеты. Конечно, в данной классификации выделены СМИ, которые участвуют в позиционировании территории, продвижении ее имиджа и бренда, ориентированного на внешние и внутренние аудитории. Однако, в указанном подходе целесообразно было в качестве самостоятельных ЗЛТ маркировать вузы и общественные организации, поскольку в настоящее время они, по нашему мнению, оказывают существенное значение на привлекательность территории, сопоставимое по влиянию с тем влиянием, которым обладают СМИ. Отечественные исследователи, а именно, Кулибанова В., Тэор Т. предлагают иную конфигурацию заинтересованных лиц территории, в которой они в качестве основного элемента рассматривают СМИ, поскольку те напрямую участвуют в продвижении имиджа территории и представлении ее бренда. Они выделяют следующие ЗЛТ: «бизнес, инвесторы, жители, государство, туристы, инноваторы, студенты, работники» [10]. Однако, как видим, здесь, несмотря на ценность авторского подхода, также не маркирована роль общественных организаций и университетов, поскольку акцент данные авторы в своем научном исследовании делают на коммерческой составляющей в продвижении территориального бренда. Калиева О. к целевым аудиториям территории относит внешние и внутренние аудитории, в которые включает приезжих, туристов, местное население и органы власти; а также отдельно маркирует внешние территории, организации резиденты, внешние организации (включая зарубежные), которые осуществляют свою деятельность на территории [7]. Причем, данный автор разграничивает потребителей территории и заинтересованных лиц территории, то есть, тех, кто вовлечен в ее развитие на постоянной основе или в рамках определенных, сопряженных с территорией, дискретных проектов. Однако, нам представляется, что целесообразно в качестве заинтересованных лиц территории (стейкхолдеров ее развития) рассматривать все отмеченные категории участников. Отметим также, что Калиева О. тоже не маркирует в качестве отдельного стейкхолдера территориального развития вузы (возможно, они подразумеваются в рамках организаций, резидентов, организаций, локализованных на территории), тогда как, нам представляется (с учетом амбициозных задач, стоящих перед высшей школой в настоящее время) выделять их в качестве самостоятельного элемента.

Другие отечественные авторы, говоря о социально-экономических преобразованиях территории на основе маркетинга территории (который они интерпретируют, как ориентированный на следование целевым установкам устойчивого развития, выражающимся в востребованности экологического маркетинга), предлагают следующую группировку заинтересованных лиц территории, включающую власть; бизнес организации и предприятия, инвесторы (внешние и внутренние), население (проживающее, работающее, учащееся в регионе и привлекаемое из вне); общественные и иные организации (к которым могут быть отнесены также и образовательные организации) [2]. Отметим, что данные авторы говорят о роли университетов, но не применительно к участию во всех процессах маркетинга территории, как полноценных участников, а, скорее, об их вкладе в переориентацию заинтересованных лиц территории на целевые установки устойчивого развития [1]. Такой автор, как Романишина Т. считает, что «вузы являются самостоятельной группой заинтересованных лиц территории и выделяет их в составе четырех укрупненных ЗЛТ, таких как: вузы в регионе, региональная власть, местное сообщество и бизнес» [18]. Однако, в ее научных разработках данный вопрос не получает дальнейшего развития.

Результаты

Мы согласны, что целесообразно университеты выделять в качестве отдельного стейкхолдера, группы заинтересованных лиц территории, что оправдано с учетом реальной роли вузов в маркетинге территории в современной ситуации. В указанной связи отметим, что существует пул исследователей, которые справедливо демонстрируют их (университетов) участие (для ряда регионов – ведущее) в позиционировании территории, построении ее имиджа. Например, Сабурова Е. прямо говорит о том, что именно университеты могут способствовать популярности города и/или региона [19], в особенности, в случае слаженных совместных усилий с властями региона и основными деловыми партнерами (предприятиями – работодателями, а также СМИ). Данилова Е. напрямую связывает имидж университетов и территорий, на которых они локализованы, что определяет их значимую роль в маркетинге территории [5]. В мировой практике уже проявилась ситуация, благодаря которой именно университеты выступают в качестве градообразующих предприятий и вокруг них строится имидж и позиционирование города или региона (Оксфорд, Кембридж, Стэнфорд, Гарту, Принстон и т.д.) [6]. Одним из примеров развития территории на идейной основе маркетинга территории с учетом влияния университетов является опыт г. Гаага, где региональные власти строят маркетинговые активности по привлечению карьерно-ориентированной молодежи в регион (преимущественно, иностранных обучающихся, которые получают образование и опыт работы) на базе научно-образовательного центра мирового уровня, выступающего для них основным аттрактором [24]. Волков В., Гущина Е., Витальева Е. подчеркивают, что в рамках территориального маркетинга университеты, сами выступая

«многоаспектными учреждениями, оказывают разноплановое влияние на развитие территорий своего расположения» [3]. Среди наиболее известных примеров позиционирования городов / регионов в России целесообразно отметить г. Новосибирск, где в программе социально-экономического развития ключевое внимание уделяется Новосибирскому научному центру Сибирского отделения Российской академии наук [8]. Уральский федеральный университет также выступает примером согласования интересов вуза в управлении собственным имиджем и позиционирования территории на базе концепции smart city, в которой активно представлены научно-исследовательские разработки университета [13]. Специалисты подчеркивают, что в случае активной позиции университетов, как заинтересованных лиц территории и реализации ими стратегии развития, как центра инноваций, опережающего образования с учетом потребностей индустриальных партнеров, а также текущих и прогнозируемых запросов на социально-экономические изменения, может совпадать со стратегией развития региона [3]. Мы полагаем, что стратегия развития университета и его позиционирование могут выступать частью или даже основным элементом стратегии социально-экономического развития региона. Отметим также, что данный авторский коллектив дает ряд практических рекомендаций, которые концентрируются на позиционировании вуза и упрочнении его взаимоотношений с другими заинтересованными лицами территории для продвижения самой территории (рис. 1).



Рис. 1. Основные акценты в позиционировании университета в регионе (согласно Волковой С., Гущиной Е., Витальевой Е.) [3]

На основании предложений данного коллектива получается, что вузам целесообразно позиционировать себя в качестве научно-образовательных центров, преобразующих регион. Кооперация усилий стейкхолдеров необходима для синхронизации усилий, программ, функциональных стратегий, что позволяет усилить эффект от совместных скоординированных действий. Креативные пространства, в том числе доступные не только студентам, а также жителям города / территории и увеличение числа мероприятий, способствующих вовлечению в научную жизнь и сотрудничество с индустриальными партнерами молодежи, также усиливает положительный имидж вуза и региона его локализации. Свообразными «послами территории» могут быть представители научного сообщества, академической среды, которые несут ценности определенного региона и формируют интерес к нему в различных профессиональных кругах. Не меньшее значение имеет участие в этом вопросе инорегиональных и иностранных студентов, которые также популяризируют вуз и регион его местонахождения. Кроме того, позиционирование как вуза, так и территории необходимо основывать на реальной ситуации в регионе, происходящих с участием университета социально-экономических изменениях. Иначе, при несовпадении ожиданий целевых аудиторий территории с реальностью, эффект от коммуникационных и имиджевых усилий может быть противоположным. Исследователями прослеживается также значимая роль университетов в брендинге территорий, т.е. их участие в геобрендинге [14]. Развитие территории связывают с ее сильным брендом, который является составным элементом в активности территориального маркетинга, и влияет на положительные социально-экономические изменения, а отсутствие такового, либо слабый малопривлекательный бренд территории приводит к ее деградации [12,26]. Например, зарубежный специалист Оллинс У. считает, что основой бренда территории должна являться некая ключевая идея, которая позволяет идентифицировать ее, как имеющую особенности, и дифференцировать от других на основании данных отличительных характеристик [11]. Анхольт С., выдвигает концепцию по конструированию бренда территории, которая построена в виде шестиугольника, в основаниях которого представлены: «население, туризм, управление, культура и наследие, экспортные бренды и привлекательность территории» [22].

Обсуждение

На наш взгляд, в данных составляющих шестиугольника, равно как и выработке ключевой идеи (по Оллинсу У.) может быть прослежено участие университетов, локализованных в регионе, поскольку они работают с населением, их сотрудники и обучающиеся сами выступают частью местного сообщества, они влияют на формирование культуры и привития ценностей, посредством собственного привлекательного имиджа университеты участвуют в приросте привлекательности территории, они могут принимать участие в обосновании управленческих решений при разработке и обсуждении стратегий социально-экономического развития территорий и т.д. Ряд российских специалистов полагают, что бренд территории, выступая ядром, включает в себя так называемые второстепенные бренды, генерируемые на территории (это могут быть товары, личности, символы), а также высшие учебные заведения, обладающие собственной привлекательностью для представителей различных заинтересованных лиц территории [20]. Как уже отмечалось ранее, в случае того, если университет выступает в качестве градообразующего «предприятия», центра притяжения в регион, его бренд может являться данным ядром. Бренд университета также рассчитан на внутреннюю и внешнюю аудитории, а именно на обучающихся и сотрудников, а также на деловых партнеров, абитуриентов, общественные организации, органы власти и т.д. Прослеживается взаимосвязь между его внутренней и внешней составляющими, выступающих аттрактором для различных аудиторий [4]. Поясним также, что в работах по маркетингу территорий, территориальному брендингу приводятся следующие основные территориальные бренды и, соответственно, варианты позиционирования территории (рис. 2).



Рис. 2. Визуализация структуры бренда территории, основывающейся на суббрендах [15,16]

Согласно представленному подходу, в случае концентрации на первом варианте, основной акцент делается на привлечении туристов (отдыхающих и деловых), наращивании туристской инфраструктуры, что на наш взгляд, также возможно с участием университетов, готовящих кадры для туристской сферы деятельности и выступающих участниками процесса планирования прироста определенных инфраструктурных объектов. Кроме того, деловые туристы могут быть связаны с мероприятиями (тренингами, мастер-классами, фестивалями, программами, реализуемыми вузами и т.д.). Во втором варианте преобладают активности, связанные с производством товаров, которые ассоциируются с определенной территорией (оренбургский пуховый платок, тульский самовар, пряник и т.д.). В таком контексте тоже есть место участию вузов, как в подготовке кадров для участия в производстве и продвижении территориальной продуктовой «легенды», так и участие студентов и сотрудников в ее популяризации (направленное (исходя из личных побуждений) и направленной (как амбассадоров)). При варианте позиционирования территории на основе бизнес-бренда акценты смещаются на привлечение инвесторов, а также населения, желающего продолжать профессиональную деятельность, работать в локализованных в ней организациях и предприятиях. В этом ключе тоже явно участие университетов, которые реализуют программы подготовки, переподготовки для специалистов, привлекаемых для работы на предприятиях в регионе; выступают площадками для мероприятий по наставничеству и запуску новых бизнес-программ и т.д. Территории, делающие акцент на культурном наследии, также во многом опираются на участие вузов, как в части обоснования востребованных направлений посещаемых культурных объектов, так и подготовки кадров, реализующих ознакомление желающих с элементами культурного наследия. Поясним, что возможна комбинаторика этого варианта с туристским, поскольку в этом случае туризм подразумевает не рекреацию, а культурно-историческую программу для соответствующей целевой аудитории. При изначальном акценте на образовательном бренде в основу позиционирования территории ложится бренд университета, который привлекает другие заинтересованные лица территории и влияет на ее развитие. Эту позицию ряд указанных выше специалистов считает оправданной, поскольку университет идентифицируется, как центр образования, инноваций (научных исследований) и культуры [4]. Приведенные выше умозаключения могут быть визуализированы следующим образом (рис. 3).



Рис. 3. Суббренды конструирования бренда территории, в формировании которых участвуют вузы [4,15,16]

Такой специалист по маркетингу территорий и территориальному брендингу, как Калиева О., дает более детальную характеристику вариантам формирования территориально бренда (табл. 3).

Таблица 3

Вариации формирование территориального бренда (основывающиеся на типе бренда) (согласно Калиевой О.) [7]

| Тип бренда | Описание / характеристика |
|---------------------------|--|
| Историко-культурный | Фокусируется на историко-культурном наследии |
| Туристский | Сконцентрирован на туристах, привлекаемых за счет рекреационных, климатических, оздоровительных, развлекательных особенностей территории |
| Религиозный | Духовные и религиозные памятники, святыни |
| Ивент-бренд | Концентрация на проведении значимых мероприятий |
| Образовательный / научный | Фокусировка на образовательной инфраструктуре, преимущественно, университетах |
| Промышленный | Формируется на основе крупного промышленного потенциала |
| Развлекательный | Создается за счет парков развлечений, клубов, аттракционов |
| Бренд уникального имиджа | Популярность создается на основе уникальной или парадоксальной достопримечательности |

| Тип бренда | Описание / характеристика |
|--------------------|---|
| Спортивный | Акцентировка на спортивных событиях, проводимых в регионе |
| Эко бренд | Территории, где активно развивается экологическое движение или построены уникальные технологии очистки окружающей среды |
| Бренд-герой | Популяризация мест воинской славы |
| Бренд – катастрофа | Формируется за счет широкой известности благодаря какой-либо катастрофе |
| Бренд – призрак | Бренд основывается на мифах и мистических историях |

Поясним, что наш взгляд, в каждом подобном варианте, основывающемся на типе формируемого бренда территории, также можно проследить участие университетов (их обучающихся, сотрудников, как представителей местного сообщества; их связей с другими заинтересованными лицами территории в рамках конструирования и продвижения бренда, а, главное, приложении реальных усилий для соответствия ожиданий реальности) (табл. 4).

Таблица 4

Вариации типов территориального бренда с учетом влияния университетов на процесс его формирования (составлено с использованием источника [7])

| Тип бренда | Описание / характеристика | Участие университета, локализованного в регионе |
|---------------------------|---|--|
| Историко-культурный | Фокусируется на историко-культурном наследии | Университет (как организация) участвует в формировании культурного облика, имиджа, бренда территории, выступает его составной частью; с точки зрения участия в коммуникациях, ориентированных на внешние аудитории, вуз является участником продвижения историко-культурного наследия территории (в том числе за счет проведения различных тематических офлайн и онлайн мероприятий); в точки зрения внутренней аудитории – осуществляет обучение и привитие историко-культурных ценностей студентам и сотрудникам |
| Туристский | Сконцентрирован на туристах, привлекаемых за счет рекреационных, климатических, оздоровительных особенностей территории | Вузы непосредственно участвуют в подготовке кадров для туристской сферы деятельности и выступающих участниками процесса планирования прироста определенных инфраструктурных объектов. Кроме того, деловые туристы могут быть связаны с мероприятиями (тренингами, мастер-классами, фестивалями, программами, реализуемыми вузами и т.д.). |
| Религиозный | Духовные и религиозные памятники, святыни | Вузы участвуют в популяризации посещения религиозных памятников, которые рассматриваются в качестве значимых элементов культурно-исторического наследия; здесь также возможно проведение тематических просветительских мероприятий на площадке вузов, а также подготовка специалистов, презентующих религиозные святыни жителям и гостям территории |
| Ивент-бренд | Концентрация на проведении значимых мероприятий | В данном случае значимо участие университета, как площадки и инициатора проведения различных ивент-мероприятий, а также участие сотрудников в качестве экспертов, спикеров и т.д., модераторов событий; участие студентов в качестве волонтеров на таких мероприятиях и т.д. |
| Образовательный / научный | Фокусировка на образовательной инфраструктуре, преимущественно, университетах | Университеты в коллаборации с другими образовательными учреждениями формируют научно-исследовательскую и образовательную среду, которая благодаря коммуникационным СМИ и усилиям амбассадоров позволяет позиционировать вузы и регион их локализации, как центр научных достижений и успешной карьеры |
| Промышленный | Формируется на основе крупного промышленного потенциала | Подготовка кадров для работы на промышленных предприятиях, формирующих собой базис региональной социально-экономической системы и центр притяжения кадров; упрочнения связей с промышленными партнерами для привлечения обучающихся к получению реальных профессиональных навыков и проведения исследований, позволяющих вносить преобразования, осуществлять инновационную перестройку промышленности |
| Развлекательный | Создается за счет парков развлечений, клубов, аттракционов | Подготовка специалистов для функционирования объектов инфраструктуры развлечений и участие молодежи (студентов в посещении таких объектов и их продвижении за счет личных рекомендаций в среде общения) |
| Бренд уникального имиджа | Популярность создается на основе уникальной или парадоксальной достопримечательности | Участие университета, как организации в продвижении уникального имиджа в контакте с партнерами и различными широкими аудиториями; использование личного коммуникационного потенциала сотрудников и обучающихся в популяризации уникальной достопримечательности |
| Спортивный | Акцентировка на спортивных событиях, проводимых в регионе | Участие университетов, прежде всего, как центров притяжения молодежи, где популяризируется спорт и здоровый образ жизни; включенность студентов в качестве участников университетских соревнований, а также волонтеров |
| Эко бренд | Территории, где активно развивается экологическое движение или построены уникальные технологии очистки окружающей среды | Подготовка кадров, вовлеченных в ценностные ориентиры устойчивого развития; популяризация экологического движения в молодежной среде; участие сотрудников и обучающихся в волонтерских проектах; мероприятиях для учащихся дошкольных и школьных учреждений; проведение совместных мероприятий (форумов, выставок и т.д.) с практиками-инноваторами, внедряющими экологически ориентированные практики хозяйствования |
| Бренд-герой | Популяризация мест воинской славы | Участие университета в популяризации военных исторических событий, мест значимых битв, захоронений бойцов; а также подготовка, как волонтеров, так и профессионалов, реализующих экскурсии к местам воинской славы |
| Бренд – катастрофа | Формируется за счет широкой известности благодаря катастрофе | Привлечение университета, как организации, так и его сотрудников и студентов в качестве амбассадоров, популяризирующих место прошлой катастрофы, как желательное для посещения |
| Бренд – призрак | Бренд основывается на мифах и мистических историях | Участие в подготовке специалистов, популяризирующих местную мифологию, доносящих ее жителям и туристам, а также вовлечение молодежи в сохранение и передачу мифологического фольклора |

Опираясь на приведенные выше материалы, демонстрирующие непосредственное участие университета в конструировании различных суббрендов и, соответственно, бренда территории, поясним, что сегодня обоснованным, с учетом амбициозной роли, стоящей перед вузами (в части образования, науки, третьей миссии по преобразованию территории) будет рассмотрение его в качестве ведущего звена в данном процессе (рис. 4).

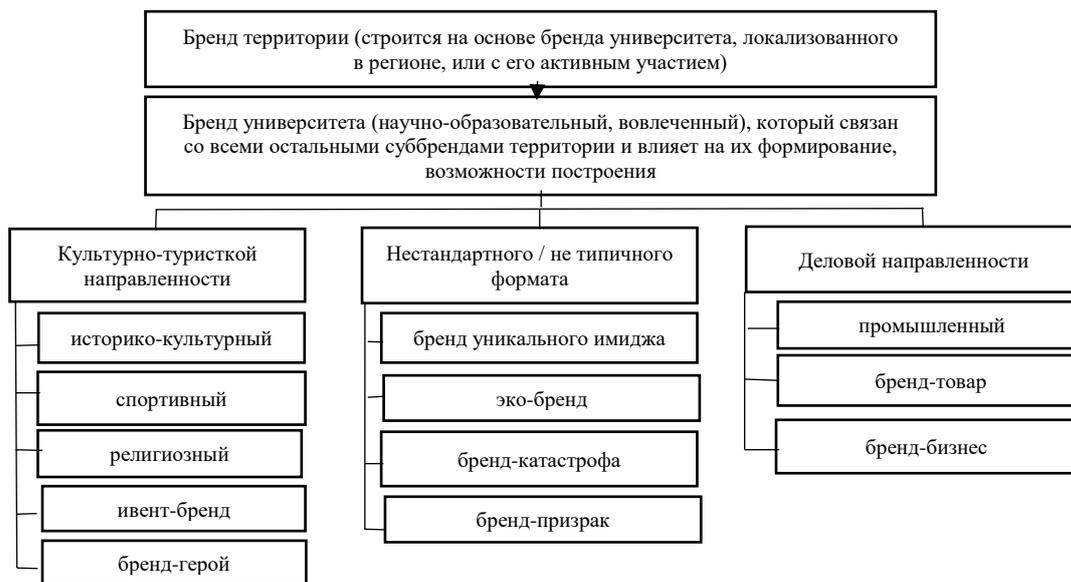


Рис. 4. Визуализация бренда университета, как ведущего звена, влияющего на построение остальных суббрендов территории (составлено с использованием материалов источников [4,7,15,16])

Далее, отметим, что, как мы ранее отмечали, целесообразным, с учетом включенности университетов в различные направления социально-экономического развития территории, как стейкхолдера в рамках концепции маркетинга территории, визуализировать их в качестве отдельной группы ЗЛТ (рис. 5).

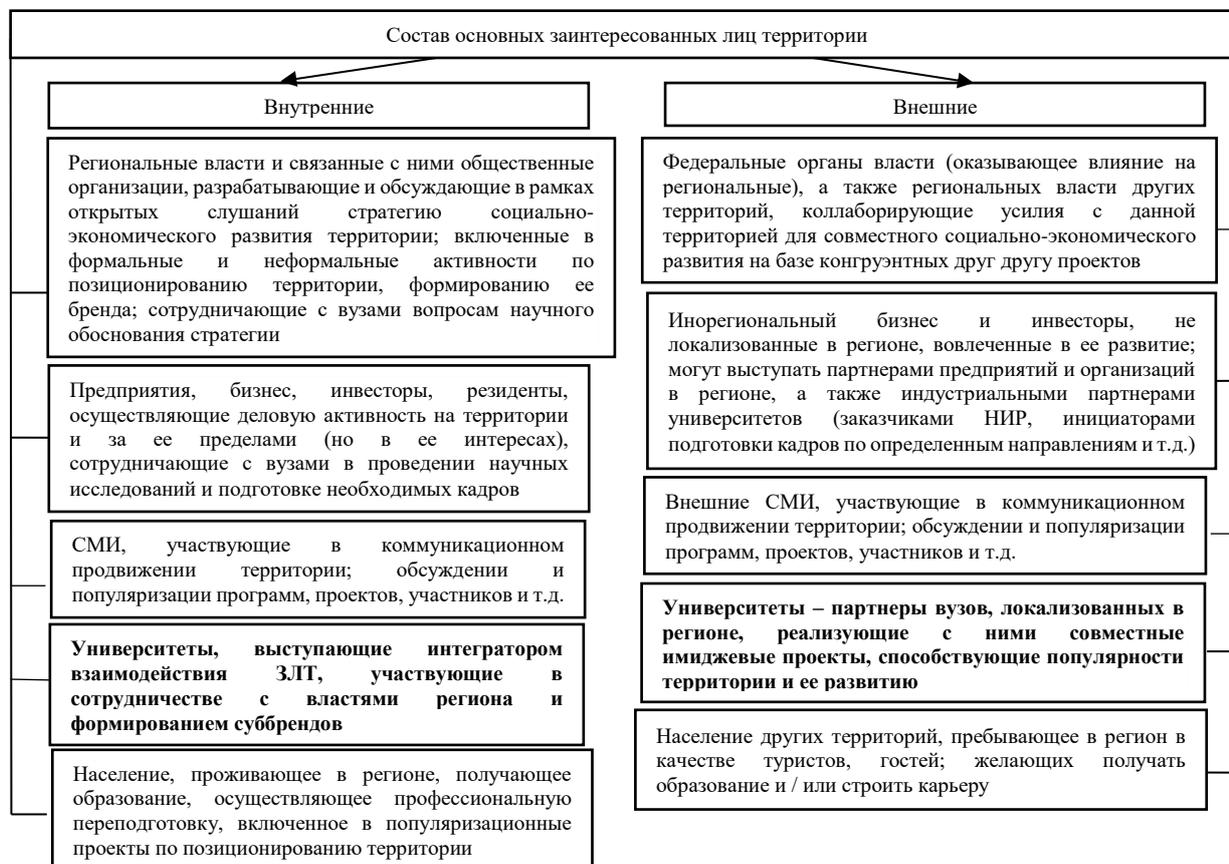


Рис. 5. Визуализация вузов, как самостоятельной ЗЛТ в рамках концепции маркетинга территории (составлено авторами по результатам исследования)

Конечно, обучающиеся и сотрудники вузов, одновременно, включены в ЗЛТ «население» (проживающее на территории или привлекаемое для получения образования и/или построения карьеры). Однако, их роль, как организации в согласовании совместных усилий с управленцами, индустриальными партнерами и т.д. предполагает целесообразность приведенный выше конфигурации.

Заключение

На основании приведенных выше материалов можно заключить, что университеты сегодня выступают значимым игроком, участником территориального маркетинга. Например, для ряда территорий продвижение имиджа и бренда могут быть основаны на имиджевых характеристиках и бренде университета, если он является «градообразующей» структурой. Университеты оказывают влияние на формирование и возможности влияния на целевые аудитории других суббрендов территории. Эти обстоятельства обосновывают выделение университетов в качестве самостоятельной ЗЛТ в маркетинге территории. Однако, поясним, что научной литературе, посвященной маркетингу территорий, брендингу мест в большей степени исследована роль университетов в позиционировании территорий, продвижении их имиджа и бренда, тогда, как в маркетинге территории (классически), как известно, выделяются и другие значимые направления, например, маркетинг инфраструктуры, а также населения или персонала, где участие университетов также, априорно, представляется значимым. Именно это, на наш взгляд, актуализирует исследование роли университетов, как акторов маркетинга территории, стейкхолдера территориального развития с учетом оценки их вклада в ее социально-экономические изменения.

Литература

1. Бондаренко В.А., Дадаян Н.А. Экологический маркетинг в социально-экономическом развитии территории: монография // Москва, 2024. – 134 с.
2. Бондаренко В.А. Обоснование механизма реализации концепции экологического маркетинга в обеспечении регионального развития / В.А. Бондаренко, Н.А. Дадаян // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии, 2023. – № 4. – С. 14-19.
3. Волков С.К., Гущина Е.Г., Витальева Е.М. Университет, как драйвер позиционирования территории // Современные наукоемкие технологии. Региональное приращение, 2017. – № 3. – С. 16-23.
4. Грошев И.В., Юрьев В.М. Вуз как объект брендинга // Высшее образование в России, 2010. – № 1. – С. 23-29.
5. Данилова Е.А. Управление образами российских территорий путем наращивания инновационного потенциала вуза // Праксема. Проблемы визуальной семиотики, 2015. – № 1. – С. 60-65.
6. Дубова Ю.И. Региональный маркетинг как фактор развития регионов России в условиях рыночной экономики // Современные проблемы науки и образования, 2014. – № 6. – С. 455.
7. Калиева О.М. Формирование бренд-имиджа территории: маркетинговый подход // Вестник ОГУ, 2014. – № 14.
8. Комплексная целевая программа «Формирование имиджа города Новосибирска до 2020 года» [Электронный ресурс]. URL: <https://pandia.ru/text/78/563/89680.php>.
9. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб., 2005. – С. 15-17.
10. Кулибанова В.В., Тэор Т.Р. Выявление важнейших групп стейкхолдеров для целей реализации политики территориального брендинга в Санкт-Петербурге // Балтийский регион, 2017. – Т. 9. – № 3. – С. 128-149.
11. Оллинс У. О брендинге территорий // Identity, 2006. – № 6.
12. Панкрусин А.П. Маркетинг территорий. 2-е изд., доп. – СПб., 2006. – 416 с.
13. Первая международная конференция «Устойчивое развитие городов» 19 мая 2016 г. г. Екатеринбург, Ельцин центр [Электронный ресурс]. URL: <http://urfu.ru/ru/press/opinions/icsc/>.
14. Порохов А.В. Бренд университета в системе территориального брендинга // Социально-экономические явления и процессы, 2012. – № 2. – С. 201-203.
15. Порохов А.В. Бренд университета в системе территориального брендинга // Социально-экономические явления и процессы, 2012. – № 2. – С. 201-203.
16. Прохоров А.В., Комарова И.А. Основные подходы к построению бренда территорий // Современные рекламные технологии: теория и практика: Мат-лы II междунар. науч.-практ. конф. (заоч.). – Тамбов, 2011. – С. 112-120.
17. Романишина Т.С., Митько О.А. Маркетинг территории: сущностные характеристики и основные подходы // Вестник РГЭУ РИНХ, 2020. – №4.
18. Романишина Т.С. Маркетинг в социально-инфраструктурном развитии регионов России в условиях цифровизации. Монография. – М., Издательство «Перо», 2021. – 208 с.
19. Сабурова Е.В. Особенности маркетинга современных городов-университетов на примере Оксфорда и Кембриджа // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, 2009. – № 11. – С. 144-147.
20. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. 490 Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2006. – 552 с.
21. Anholt S. Definitions of place branding – Working towards a resolution, Place Branding and Public Diplomacy, 2010. – V. 6. – P. 1-10.
22. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions // New York: Palgrave Macmillan, 2007. – 134 p.
23. Beckmann S.C., Zenker S. Place Branding: A Multiple Stakeholder Perspective, 41st European Marketing Academy Conference, Lisbon, Portugal, 2012. – P. 2.
24. Inch A., Sun B. University students: needs and satisfaction with there host city // Journal of Place Management and Development, 2013. – № 6. – P. 178-191.
25. Kavaratzis M., Hatch M.J. The Dynamics of Place Brands: An identity Based Approach to Place Branding Theory, Marketing Theory, 2013. – V. 13. – № 1. – P. 1-18.
26. Popescu R.I. The branding potential of Bucharest. Strategy and success factors // Theoretical and Empirical Re-searches in Urban Management, 2009. – № 4. – P. 177-193.
27. Silva Oliveira E.H. Place branding in strategic spatial planning: A content analysis of development plans, strategic initiatives and policy documents for Portugal 2014-2020 // Journal of Place Management and Development, 2015. – V. 8. – № 1. – P. 23-50.

УДК 65

И.В. Свирин, А.А. Аксёнова

**СТАНДАРТЫ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ:
ОСОБЕННОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ**

I.V. Svirin, A.A. Aksyonova

**STANDARDS OF NON-FINANCIAL REPORTING:
FEATURES AND LIMITATIONS**

Ключевые слова: нефинансовая отчетность, устойчивое развитие, стандарты отчетности, системы отчетности, инвесторы, раскрытие информации, ответственное финансирование, ESG-факторы, ESG-рейтинг, климатические риски, риск-менеджмент.

Keywords: non-financial reporting, sustainable development, reporting standards, reporting systems, investors, disclosure, responsible financing, ESG factors, ESG rating, climate risks, risk management.

Цель: изучить особенности и ограничения стандартов нефинансовой отчетности. Обсуждение: в современном мире значение стандартов нефинансовой отчетности в корпоративной практике возрастает на фоне появляющихся рисков устойчивого развития. В связи с этим, в работе поставлена цель по изучению особенностей и ограничений применения этих стандартов с учетом их разнообразия. В ходе исследования выявлено, что нефинансовая отчетность способствует повышению прозрачности и улучшению имиджа компании, демонстрируя ее приверженность к экологической, социальной и корпоративной ответственности (ESG). Обзор литературы и практики показал, что текущие стандарты сталкиваются с такими ограничениями, как отсутствие единых методологических инструментов и механизмов независимой проверки. Они вызывают необходимость в разработке целостных комплексных инструментов для анализа данных, а также в установлении четких процедур проверки для повышения достоверности нефинансовой отчетности. Результаты: отмечается, что стандарты отчетности играют ключевую роль в содействии устойчивому развитию и помогают компаниям адаптироваться к требованиям рынка, однако для улучшения практики отчетности также необходима и дальнейшая разработка инструментов. Фокус на взаимосвязи между финансовыми и нефинансовыми показателями позволит лучше оценивать влияние устойчивого развития на показатели компании и процессы принятия управленческих решений.

Purpose: to study the features and limitations of non-financial reporting standards. Discussion: in the modern world, the importance of non-financial reporting standards in corporate practice is increasing against the backdrop of emerging sustainable development risks. In this regard, the study aims to examine the features and limitations of applying these standards with consideration of their diversity. The research revealed that non-financial reporting enhances transparency and improves the company's image by demonstrating its commitment to environmental, social, and corporate governance (ESG) responsibilities. Literature and practice review showed that current standards face such limitations as the lack of unified methodological tools and independent verification mechanisms. These findings highlight the need for the development of comprehensive tools for data analysis and the establishment of clear verification procedures to enhance the reliability of non-financial reporting. It is noted that reporting standards play a crucial role in promoting sustainable development and helping companies adapt to market requirements. Results: However, further development of this tool is necessary to improve reporting practices. Focusing on the interrelation between financial and non-financial indicators will allow for a better assessment of the impact of sustainable development on company performance and decision-making processes.

Электронный адрес: 89169752515@mail.ru, aksenova.anastasia@gmail.com

Введение

Наличие проблемы использования различных стандартов нефинансовой отчетности не всегда однозначно оценивается на практике. Среди экспертного сообщества существует устойчивое мнение, что проблема больше актуальна для компаний, стремящихся получить доступ к международному капиталу. В этом случае необходимо уделять больше внимания внедрению управления рисками, которые зависят от изменения климата, учитывать в бизнес-модели эти изменения, прогнозировать развитие компании учитывая стандарты нефинансовой отчетности.

повышение прозрачности и доверия

Публикация нефинансовой отчетности способствует повышению прозрачности деятельности компании, что, в свою очередь, укрепляет доверие со стороны инвесторов, клиентов и общественности

улучшение репутации

Демонстрация приверженности принципам устойчивого развития может положительно сказаться на имидже компании и ее способности привлекать квалифицированные кадры

снижение рисков

Интеграция ESG-критериев в бизнес-процессы помогает снизить риски, связанные с изменением климата, социальными вопросами и другими внешними факторами

стимулирование инноваций

Разработка и внедрение устойчивых практик может стимулировать инновации и способствовать созданию новых продуктов и услуг

Рис. 1. Аспекты нефинансовой отчетности [8]

Проблема наличия особенностей и ограничений применения стандартов связана с разработкой эффективных методологических инструментов по сбору и анализу данных об экологической, социальной и корпоративной составляющих. Поэтому фокус исследования направлен на понимание сложности и ограниченности информации, которую предоставляют компании для обеспечения взаимосвязи финансовой и нефинансовой отчетности и возможности ее решения за счет внедрения определенных стандартов. Выработка стандартов нефинансовой отчетности – это процесс, который требует усилия многих стейкхолдеров как со стороны бизнеса, так и со стороны государства. Стремление получить объективные критерии является необходимым условием для повышения доверия участников бизнеса к информации о корпоративной деятельности компании, что важно для достижения принципов устойчивого развития, в частности, понимания достоверности полученных данных [4]. Особенно сложности вызывают качественные показатели (репутация, прозрачность), измерение которых часто вызывает споры, т.к. создает неопределенность и субъективизм в интерпретации (рис. 1). Ключевые стандарты нефинансовой отчетности сегодня включают в себя следующие (рис. 2).

| | |
|--|---|
| Global Reporting Initiative (GRI) | <ul style="list-style-type: none"> система отчетности, которая направлена на информирование стейкхолдеров о влиянии организации на экологию, общество и экономику. Содержит подробные инструкции для каждого раскрываемого элемента отчетности, а также общие и тематические стандарты. Она формирует требования к корпоративной, нефинансовой отчетности в области устойчивого развития. Включает в себя борьбу с коррупцией, водосбережение, биоразнообразие, охрану труда и технику безопасности, налоги на выбросы |
| GRESB | <ul style="list-style-type: none"> оценка портфелей в сфере недвижимости и инфраструктуры на предмет внедрения практик устойчивого развития. Формирует требования к отчетности инвесторов, компаний, городов для управления их углеродным следом |
| CDP | <ul style="list-style-type: none"> международная некоммерческая организация, поддерживающая бизнес и города в раскрытии данных. Участники заполняют анкеты, после чего им присваивается рейтинг, отражающий их усилия в борьбе с изменением климата, управлении климатическими рисками и достижении климатических целей |
| Sustainability Accounting Standards Board (SASB) | <ul style="list-style-type: none"> совет по стандартам учета в области устойчивого развития. SASB разрабатывает нормативные отраслевые документы, которые устанавливают необходимый минимум значимых для финансов компании аспектов устойчивости и соответствующих показателей для определенной сферы бизнеса |
| TCFD (The Task Force on Climate-related Financial Disclosures) | <ul style="list-style-type: none"> рабочая группа по вопросам раскрытия финансовой информации, связанной с изменением климата, при Совете по финансовой стабильности. Данная организация осуществляет разработку рекомендаций по раскрытию компаниями информации о финансовых рисках, связанных с изменением климата, направленных на упрощение управления рисками внутренними и внешними заинтересованными сторонами, такими как менеджмент, инвесторы, государственные и общественные структуры |

Рис. 2. Ключевые стандарты нефинансовой отчетности

В 2023 году появились два новых стандарта устойчивого развития, выпущенных Советом по международным стандартам финансовой отчетности (IASB):

- МСФО S1: показывает существенные риски и возможности в отношении устойчивого развития; этот стандарт помогает компаниям раскрывать эту значимую информацию;
- МСФО S2: этот стандарт, ориентированный на управление климатом, устанавливает требования к раскрытию информации, которые будут действовать позже, и обеспечивает сравнение и ясность по этому важному вопросу.

Частота использования компаниями различных систем нефинансовой отчетности представлена на рис. 3.

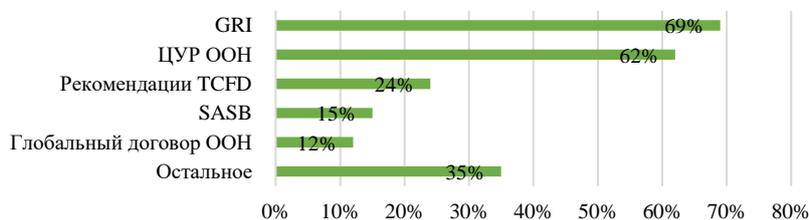


Рис. 3. Использование разных систем отчетности (составлен автором по данным Международной федерации бухгалтеров [3])

Стандарт GRI является наиболее популярным форматом отчетности у международных компаний. Это основано на повышении прозрачности и доверия к процессу, акценте на общении с заинтересованными сторонами и необходимости выявлять и сообщать о рисках устойчивого развития.

Методы

В данную статью включен анализ и рассмотрение практики роли нефинансовой отчетности в разработке повестки устойчивого развития. Это исследование особенно актуально в свете растущего внимания к устойчивому развитию, необходимости компаний адаптироваться к меняющимся ожиданиям заинтересованных сторон и укрепить свои позиции на рынке. Для проведения углубленного исследования использовалась комбинация трех методов:

- обзор литературы: углубленное изучение существующих исследований обеспечило прочную теоретическую основу;
- эмпирические исследования: тематические исследования и реальные случаи предоставили убедительные доказательства;
- сравнение: сравнение различных стратегий и практик выявило эффективные стратегии и лучшие практики.

Результаты

Выявлены сходства и различия между применяемыми стандартами нефинансовой отчетности в области устойчивого развития (рис. 4).



Рис. 4. Сходства и различия применяемых стандартов нефинансовой отчетности (составлен автором)

В целом, основные сходства и различия между стандартами отчетности нефинансового развития заключаются в следующем (табл. 1)

Таблица 1

Сходства и различия между стандартами отчетности нефинансового развития

| Стандарты нефинансовой отчетности | Сходство | Различие |
|--|---|---|
| Глобальная инициатива по отчетности (GRI) | GRI – универсальный стандарт, используемый во всех отраслях. | фокусируется на многочисленных аспектах устойчивого развития, включая экологические, социальные и управленческие вопросы. |
| Sustainability Accounting Standards Board (SASB) | SASB разрабатывает стандарты отчетности для конкретных отраслей, что делает его специализированным стандартом | SASB ориентирован на финансовые показатели, связанные с устойчивым развитием, делая акцент на том, как устойчивость влияет на финансовые результаты компании |
| Проект углеродной отчетности (CDP) | CDP – специализированный стандарт, который занимается климатическими вопросами | CDP фокусируется на сборе и анализе данных о парниковых газах и других климатических показателях, что позволяет компаниям сравнивать результаты с конкурентами. |
| Рекомендации Целевой группы по раскрытию финансовой информации, связанной с климатом (TCFD). | Обсуждение климатической политики в финансовой отчетности компании | Сосредоточенность на раскрытии информации о климатических рисках и возможностях компании в ее финансовой отчетности. Компания фокусируется на управлении и дальнейшем снижении рисков экологической стороны устойчивого развития. |

Основное различие между этими стандартами заключается в их направленности и сфере применения. GRI и CDP являются универсальными и уникальными стандартами, охватывающими широкий спектр вопросов, связанных с устойчивым развитием. SASB и TCFD, напротив, разрабатывают стандарты для конкретных отраслей или аспектов устойчивого развития, делая акцент на финансовых показателях и управлении рисками. В 2022 году завершился процесс объединения МСФО с Международным советом по интегрированной отчетности (ISSB), после объявления о создании 3 ноября 2021 г. на COP26 (26-я Конференция сторон Рамочной конвенции ООН об изменении климата) в Глазго. Так, в июне 2023 г., после рассмотрения требований и рекомендаций к проекту стандарта общего раскрытия, Советом по международным стандартам устойчивого развития были опубликованы два следующих стандарта: МСФО S1 «Общие требования к раскрытию финансовой информации, связанной с устойчивым развитием» и МСФО S2 «Раскрытие информации, связанной с климатом» [2]. Данные стандарты вступили в силу в январе 2024 г. Обязательный характер применения будущих стандартов раскрытия остается на усмотрение местных регуляторов. В табл. 2 представлены основные положения новых стандартов раскрытия информации в области устойчивого развития.

Среди основных требований стандарта МСФО S1 «Общие требования к раскрытию финансовой информации, связанной с устойчивым развитием» выделяют следующие:

- полное и точное раскрытие: стандарт требует достоверного, полного и точного описания рисков и возможностей, связанных со всеми составляющими концепции устойчивого развития;
- существенная информация: стандарт требует, чтобы компания, раскрывая финансовую информацию, связанную с концепцией устойчивого развития, не могла пропускать, искажать или скрывать существенные факты о своей деятельности, которые могли бы повлиять на решения первичных пользователей отчетности;

- информация, относящаяся к цепочке создания стоимости компании: стандарт требует раскрытия существенной информации о рисках и возможностях, связанных с устойчивым развитием, по всей цепочке создания стоимости компании;
- связанная информация: стандарт требует предоставление компанией информации, позволяющей первичным пользователям отчетности понять все взаимосвязи, включая связь между различными существенными рисками и возможностями, между раскрытием информации по стандарту МСФО S1 и финансовой отчетностью и т.д.

Таблица 2

Сравнение стандартов раскрытия информации МСФО S1 и МСФО S2

| № | Раскрытие информации | Цель стандарта | Область применения |
|----|--|---|--|
| S1 | Информация, необходимая для оценки первичными пользователями отчетности влияния существенных рисков и возможностей, связанных со всеми составляющими концепции устойчивого развития, на стоимость компании | Установить для компаний требования в области формирования и составления финансовой отчетности, связанной с концепцией устойчивого развития | Применяется при формировании, составлении и предоставлении финансовой информации, связанной с концепцией устойчивого развития, в соответствии со стандартами раскрытия информации в области устойчивого развития по МСФО |
| S2 | Информация о существенных климатических рисках и возможностях компании, необходимая для последующей оценки инвесторами их воздействия на стоимость бизнеса | Установить для компаний требования в области формирования и составления финансовой отчетности, связанной с экологической составляющей концепции устойчивого развития (климат) | Применяется для определения существенных физических и переходных климатических рисков компании, а также возможностей ее развития в области климата |

Среди основных требований стандарта МСФО S2 «Раскрытие информации, связанной с климатом» выделяют следующие:

- выбросы парниковых газов: одним из главных требований МСФО S2 является раскрытие информации компании о выбросах парниковых газов областей охвата 1, 2, 3, в тоннах CO₂-эквивалента в соответствии с GHG Protocol (Корпоративный стандарт Протокола по выбросам парниковых газов);
- отраслевые количественные показатели: стандарт требует, чтобы компания раскрывала информацию об отраслевых показателях. Компании обязаны ссылаться и учитывать темы раскрытия информации и связанные с ними отраслевые показатели в Отраслевом руководстве по МСФО S2, основанном на стандартах SASB с изменениями, направленными на повышение их международной применимости;
- межотраслевые количественные показатели: к таким показателям относятся: климатические переходные и физические риски (представляют собой количество и процентную долю активов или видов деятельности, подверженных существенным рискам), возможности, связанные с экологической составляющей устойчивого развития, объем капитальных затрат, финансирования и инвестиций, направленных на минимизацию климатических рисков, внутренние цены на углерод, используемые для оценки стоимости выбросов, вознаграждение руководителей и управленческого персонала, связанное с климатом.

Таким образом, главные отличия между нововведенными стандартами нефинансовой отчетности заключаются в их целях и областях применения. В то время, как МСФО (IFRS) S1 применяется ко всем предприятиям в качестве общего стандарта, основной целью МСФО (IFRS) S2 является полное и точное раскрытие информации, связанной с климатом и соответствующими климатическими рисками.

Обсуждение

Помимо перечисленных в исследовании преимуществ составление и использование нефинансовой отчетности имеет ряд существенных недостатков, способных снизить надежность и достоверность информации, а именно:

- отсутствие единых стандартов: разнообразие существующих стандартов и рекомендаций по подготовке нефинансовой отчетности может затруднить сравнение отчетов разных компаний;
- риск «зеленого стирания»: некоторые компании могут использовать нефинансовую отчетность для создания благоприятного имиджа и репутации, но при этом не предоставлять объективную информацию об их реальной деятельности в области устойчивого развития;
- отсутствие четких механизмов проверки: в отличие от финансовой отчетности и ее устоявшихся показателей, показатели нефинансовой отчетности, часто, сложно подвергнуть независимой проверке. Например, выявление климатических рисков и управление ими в рамках общей организационной системы управления рисками – достаточно специфическая область понимания руководствами компаний. Исследователи фиксируют, что риск от изменения климата многие компании представляют в общих чертах. Руководству сложно сформулировать четкую связь между климатическими рисками и управлением, организационными рисками для той компании, которую они возглавляют.

Заключение

Нефинансовая отчетность, являясь залогом прозрачности деятельности компании, стала неотъемлемым элементом корпоративного устойчивого развития, и ее стандартизация необходима для повышения достоверности предоставляемой информации. Регулярная нефинансовая отчетность, соответствующая стандартам, позволяет компаниям лучше адаптироваться к изменяющейся ситуации на мировом рынке, и ее использование необходимо для устойчивого развития общества в целом. Существующее многообразие таких стандартов, как CDP, TCFD, GRI, SASB и стандартов МСФО, позволяет компаниям подбирать подходящий под деятельность инструмент отчетности, который варьируется в зависимости от отрасли и затрагиваемых аспектов ESG-управления в их деятельности. Так, например, наиболее популярный стандарт GRI охватывает широкий спектр вопросов устойчивого развития бизнеса, тогда как стандарт CDP фокусируется именно на климатической отчетности. При этом, однако, это же разнообразие порождает свои проблемы, заключающиеся в отсутствии единых стандартов оценки и четких механизмов проверки отчетности. Среди стандартов в целом отсутствует четкая взаимосвязь между финансовой и нефинансовой отчетностью, необходимая для повышения доверия инвесторов и более точного анализа рисков устойчивого развития компании. В связи с этим, дальнейшие исследования могут быть направлены на создание единого стандарта, служащего основополагающим для отчетности различных отраслей. Для этого потребуются и разработка методологических инструментов сбора и анализа данных компаний, совершенствующая механизмы

нефинансовой отчетности. Также, важно уделить внимание изучению влияния нефинансовой отчетности на финансовую деятельность компаний, установив, тем самым, возможную корреляцию между устойчивым развитием и их рыночной стоимостью.

Литература

1. Информационное письмо Банка России от 12.07.2021 No. ИН-06-28/49 «О рекомендациях по раскрытию публичными акционерными обществами нефинансовой информации, связанной с деятельностью таких обществ» [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/StaticHtml/File/117620/20210712_in-06-28_49.pdf.
2. МСФО S1 и S2: новые стандарты в области устойчивого развития. Краткий обзор с советами по практическому применению. – Кефт [Электронный ресурс]. URL: <https://assets.keft.ru/upload/pdf/2023/08/ru-ifrs-sustainability-standards-at-a-glance-august-2023.pdf>.
3. Официальный сайт Международной федерации бухгалтеров [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ifac.org/>.
4. Публичная нефинансовая отчетность. – Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d20/publicnaya_nefinansovaya_otchetnost/.
5. Распоряжение Правительства РФ от 05.05.2017 No. 876-р «Об утверждении Концепции развития публичной нефинансовой отчетности и плана мероприятий по реализации Концепции развития публичной нефинансовой отчетности» [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001201705150010?ysclid=lgwggw6cxc99733449>.
6. Finogenova Y. Economic and mathematical analysis of factors influencing the ESG- rating components of the companies on the emerging markets / Y. Finogenova, E. Larkova // Revista De Gestão Social E Ambiental, 2024. – V. 18. – № 3.
7. Garnov A. Achieving sustainable development and national interests in the context of geo-economic fragmentation / A. Garnov, N. Chelukhina, Yu. Myagkova, E. Asyaeva, V. Kaderova // Revista Jurídica, 2024. – V. 1. – № 77. – P. 210-231.
8. Katkov Yu. Forming a model of innovation activities of the agro-industrial complex as the basis for its sustainable development / Yu. Katkov, E. Katkova, S. Lvova, Ya. Rusakov // Revista Relações Internacionais do Mundo Atual, 2023. – V. 4. – № 42. – P. 560-575.
9. Mirzagitova A. Forming a system of sustainable development indicators to improve the efficiency of legal regulation of environmental protection / A. Mirzagitova, E. Kirillova, E. Artemova, A. Aleshkov, A. Fedorov, N. Panova // Revista Relações Internacionais do Mundo Atual, 2023. – V. 4. – № 42. – P. 749-764.
10. Mityakov S. The benchmarking analysis of ESG transformation models of socio-economic systems in various countries / S. Mityakov, T. Bolonicheva, K. Kolesov, O Mityakova, N. Murashova // Nexo Revista Científica, 2023. – V. 36. – № 5. – P. 147-168.
11. Ospanova A. Digital economy as a driver of regional integration to achieve ESG principles: the case of the Eurasian Economic Union / A. Ospanova, G. Musina, Z. Nurbayev, S.A. Avcu, E. Sergazin, Y. Chukubayev // Journal of Law and Sustainable Development, 2023. – V. 11. – № 11.
12. Ostrovskaya N. Using the ESG principles in the strategic management of a company's activities: the case study of the NK Rosneft PJSC / N. Ostrovskaya, M. Loskutova, A. Alekseeva // Revista Gestão & Tecnologia, 2023. – V. 23. – № 1. – P. 316-334.

УДК 656.025

И.А. Сеницына, И.М. Кублин, А.А. Воронов

**К ВОПРОСУ О ДИНАМИКЕ РАЗВИТИЯ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК
ПО ПРИВОЛЖСКОЙ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГЕ**

I.A. Sinitsyna, I.M. Kublin, A.A. Voronov

**ON THE QUESTION OF THE DEVELOPMENT DYNAMICS
OF PASSENGER TRANSPORTATION ON THE VOLGA RAILWAY**

Ключевые слова: устойчивое развитие, государственная поддержка, инфраструктура, производственная база, сообщение, пассажиры, железная дорога, транспорт.

Keywords: sustainable development, government support, infrastructure, production base, communication, passengers, railway, transport.

Цель: рассмотреть вопросы развития, функционирования и улучшения качества оказания сервисных услуг, связанных с пассажирскими железнодорожными перевозками. Обсуждение: в статье анализируются проблемы, связанные с динамикой перевозки пассажиров железнодорожным транспортом и вопросы мобильности передвижения населения. Исследования показали, что сегмент рынка сервисных услуг по перемещению пассажиропотоков железнодорожным видом транспорта устанавливает абсолютный контроль за перевозчиками и не защищен от конкурирующих структур по другим видам транспортных средств. Результаты: реализация мероприятий по развитию пригородного пассажирского комплекса на Приволжской железной дороге позволит: привести пассажирскую инфраструктуру к нормативному состоянию; повысить качество обслуживания пассажиров; повысить пассажирооборот на 1,2%; повысить транспортную подвижность жителей региона. Создание комфортных условий для пассажиров и безаварийной эксплуатационной деятельности железнодорожного транспорта в пригородном сообщении возможно при привлечении инвестиций и государственной поддержке, направленной на развитие железнодорожных пассажирских перевозок.

Purpose: to consider issues of development, operation and improvement of the quality of service provision related to passenger rail transportation. Discussion: the article analyzes the problems associated with the dynamics of passenger transportation by rail and issues of population mobility. Research has shown that the service market segment for the movement of passenger traffic by rail establishes absolute control over carriers and is not protected from competing structures for other types of transport. Results: the implementation of measures for the development of the suburban passenger complex on the Volga Railway will make it possible to: bring the passenger infrastructure to a standard state; improve the quality of passenger service; increase passenger turnover by 1.2%; increase transport mobility of residents of the region. Creating comfortable conditions for passengers and accident-free operational activities of railway transport in suburban traffic is possible by attracting investments and government support aimed at the development of railway passenger transportation.

Электронный адрес: sinitsum@icloud.com, kublinim@sstu.ru, voronov.a@mail.ru

Введение

Устойчивое развитие регионов обуславливается эффективным развитием пассажирского железнодорожного транспорта. Существенным преимуществом железнодорожного сообщения является наличие технической возможности, т.к. любое сообщение между населенными пунктами может быть открыто без проведения дополнительных работ [1,7]. Учитывая особенности железнодорожного сообщения (наличие контактной сети, железнодорожных рельс и т.п.), целесообразно учитывать возможности действующей транспортной сети. Отметим, что железнодорожные маршруты находятся в зоне быстрой окупаемости [3,12]. Кроме того, пассажирские перевозки железнодорожными транспортными средствами должны обеспечиваться инфраструктурными и производственными базами. Исследования показали, что сегмент рынка сервисных услуг по перемещению пассажиропотоков железнодорожным видом транспорта устанавливает абсолютный контроль за перевозчиками и не защищен от конкурирующих структур по другим видам транспортных средств [3]. В условиях действия санкций на первый план выходит возможность выявления резервов по наращиванию объемов пассажирских перевозок. В перспективе предполагается развитие железнодорожной инфраструктуры для удовлетворения потребностей людей в транспортной доступности к крупным населенным пунктам [5]. К тому же проблемы эффективной деятельности железнодорожного пассажирского транспорта являются стратегически важными в обеспечении мобильного перемещения населения.

Методы

Основанием для согласования взаимовыгодных интересов служит в определенной мере сотрудничество между структурами железнодорожного транспорта и пассажирами при осуществлении перевозок, т.к. предпосылкой является взаимная потребность друг в друге. Значительным фактором является обеспечение заинтересованности субъектов на всех уровнях хозяйствования в повышении эффективности деятельности пассажирских железнодорожных перевозок. На сегодняшний день большой объем транспортных перевозок осуществляется Федеральной пассажирской компанией (сокращено ФПК). ФПК представляет собой отечественную компанию и является дочерним предприятием российской государственной интегрированной компании ОАО «РЖД», которая является крупнейшим перевозчиком в сети железных дорог. Место расположения главного офиса-центра находится в г. Москва. Организационная структура АО «ФПК» состоит из: главного управления; десяти филиалов (управление одного из которых находится в г. Саратов (Приволжский)). Следует отметить, что АО «ФПК» выполняет следующие виды производственной и хозяйственно-коммерческой деятельности: осуществляет услуги по перемещению пассажиров на дальние расстояния внутри страны в регулируемом и дерегулированном сегменте рынка; перемещение пассажиропотоков в дальнем сообщении между государствами; перемещение багажа по пути следования пассажиров; комплексное оказание сервисных услуг пассажирам поездов; техническое и вспомогательное обслуживание, а также ремонтные работы подвижного состава и т.п. [6]. В настоящее время на рынке железнодорожного транспортного сообщения присутствуют пригородные транспортные компании. Проведенные исследования показали, что в новогодние праздники текущего года по Приволжской железной дороге перевезено приблизительно 213 тыс. пассажиров, что на 24,6% превышает аналогичные показатели прошлого года. Из них на долю пригородного сообщения пришлось

108,6 тыс. чел., а в поездах дальнего следования перевезено приблизительно 104,5 тыс. пассажиров. Следует отметить, что традиционно наибольшей популярностью у жителей Волгоградской, Саратовской и Астраханской областей пользовались рейсы до Москвы, Санкт-Петербурга и в южном направлении [5]. Для удовлетворения повышенного спроса на пассажирские перевозки в праздничные дни, как правило, вводятся дополнительные поезда из Саратова, Волгограда, Астрахани и Балаково до Москвы (и обратно), а также из Саратова до Адлера и Имеретинского Курорта. К тому же планируется запуск в эксплуатацию в 2025-2026 гг. двухэтажных вагонов на железнодорожных маршрутах из Саратова. При этом в 2025 году введут в эксплуатацию 36 двухэтажных вагонов по маршруту фирменного поезда № 9 из Саратова в Москву. Второй этап предусматривает обновление транспортных средств, который запланирован на 2026 год. Через три года планируется обновить поезда № 13 и № 14 на маршруте Саратов-Адлер. Всего планируется ввести в эксплуатацию по Приволжской железной дороге 54 вагона разных типов – от купе и плацкартных до сидячих.

Результаты

В январе текущего года с вокзалов и станций Приволжской железной дороги отправлено около 616 тыс. пассажиров, что на 29,4% больше, чем в аналогичном периоде 2023 года. Из них в пригородном сообщении отправлено около 448 тыс. пассажиров (+23,4%), в дальнем следовании – около 168 тыс. (+48,4%). Так, например, пассажирооборот в январе 2023 г. составил 165,2 млн пасс-км, что на 61,5% больше, чем в аналогичном периоде 2022 года, в том числе в пригородном сообщении – 19,2 млн пасс-км (+28,5%), в дальнем следовании – 146 млн пасс-км (+67,2%). За анализируемый период с вокзалов и станций Приволжской железной дороги отправлено более 750 тыс. пассажиров. Это на 24,8% больше, чем в аналогичном периоде 2022 года, и на 5% больше, чем в марте 2019 г. На пригородных маршрутах перевезено приблизительно 564,2 тыс. пассажиров (+23,4% к марту 2022 г.). В дальнем сообщении перевезено приблизительно 186,4 тыс. пассажиров (+29,3%) [10]. Например, в июне 2023 г. по Приволжской железной дороге перевезено более 1 млн пассажиров, что на 10,2% больше, чем в аналогичном периоде 2022 года. В пригородном сообщении перевезено 735,7 тыс. пассажиров (+8,6% к июню 2022 г.), а в дальнем следовании – более 310,5 тыс. (+14%) [9]. За 6 месяцев 2023 года перевезено приблизительно 5 млн пассажиров (+17,1% к январю-июню 2022 г.), из них в пригородном сообщении – более 3,6 млн пассажиров (+15,7%), а на дальних маршрутах – около 1,4 млн чел. (+20,9%). Пассажирооборот на ПривЖД за 6 месяцев 2023 года вырос на 22,9% к уровню 2022 года и составил около 1,6 млрд пасс-км, в том числе в пригородном сообщении пассажирооборот в январе-июне составил приблизительно 155 млн пасс-км (+17,8%), в дальнем сообщении – более 1,4 млрд пасс-км (+23,5%).

Обсуждение

Пассажирооборот в сентябре 2023 г. составил более 452,2 млн пасс-км, что на 10,3% больше, чем в аналогичном периоде 2022 года, в том числе в пригородном сообщении – 30,7 млн пасс-км (+18,1%), в дальнем следовании – 421,5 млн пасс-км (+9,8%). За 9 месяцев 2023 года отправлено более 8,2 млн пассажиров (+15,1% к январю-сентябрю 2022 г.), из них в пригородном сообщении – около 5,8 млн пассажиров (+15,2%), в дальнем следовании – около 2,4 млн (+15%). Пассажирооборот в декабре 2023 г. составил более 255 млн пасс-км, что на 25,1% больше, чем за аналогичный период 2022 года, в том числе в пригородном сообщении – 24 млн пасс-км (+9,5%), а в дальнем следовании – 231 млн пасс-км (+27%) [9,10]. В 2023 году на поезда дальнего следования, отправлявшиеся с вокзалов и станций Приволжской железной дороги, было оформлено около 2,2 млн электронных билетов через Интернет. Это на 19,5% больше, чем в 2022 году. Доля онлайн-продаж составила 69,5% от общего количества реализованных за рассматриваемый период проездных документов. Большая часть проездных документов – 72,7% от общего количества – оформлена через официальный сайт ОАО «РЖД». Услугой электронной регистрации на проезд железнодорожным транспортом воспользовались около 2 млн пассажиров [10]. В соответствии с планированием, в 2024 году предусматриваются следующие показатели работы (таблица).

Таблица

Прогноз работы пригородной пассажирской компании

| Наименование | Прогноз на 2024 год | 2023 год | Прогнозируемые темпы роста 2024/2023, % |
|-----------------------------------|---------------------|----------|---|
| Отправлено пассажиров, тыс. пасс. | 3673,40 | 3656,50 | 100,5% |
| Пассажирооборот, млн пасс. км. | 158,33 | 158,81 | 99,7% |
| Транспортная работа, тыс. ваг-км. | 6018,74 | 5914,92 | 101,8% |
| Доходы, млн р. | 304,00 | 288,48 | 105,4% |
| Расходы, млн р. | 869,80 | 798,07 | 109,0% |
| Субсидии, млн р. | 571,70 | 501,84 | 113,9% |

Существенным риском при осуществлении мероприятий является невозможность их реализации или нарушение сроков выполнения утвержденных стратегических проектов. На наш взгляд, в качестве организационных мероприятий по уменьшению рисков целесообразно наладить взаимодействие с федеральными структурами исполнительных органов власти, связанных с совершенствованием функций регуляторной модели, призванной обосновать социально-экономическую и бюджетную эффективность стратегических проектов, которые реализуются при государственной поддержке ОАО «РЖД».

Заключение

Реализация мероприятий по развитию пригородного пассажирского комплекса на Приволжской железной дороге позволит: привести пассажирскую инфраструктуру к нормативному состоянию; повысить качество обслуживания пассажиров; повысить пассажирооборот на 1,2%; повысить транспортную подвижность жителей региона. Создание комфортных условий для пассажиров и безаварийной эксплуатационной деятельности железнодорожного транспорта в пригородном сообщении возможно при привлечении инвестиций и государственной поддержке, направленной на развитие железнодорожных пассажирских перевозок.

Литература

1. Акимова О. Системный подход к управлению процессом интеграции логистических потоков в туризме / О. Акимова, Т. Одинцова, А. Пахомова // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция, 2008. – № 3. – С. 68-71.
 2. Волошин И.П. Формирование оптимального бюджета предприятия в условиях неопределенности рынка / И.П. Волошин, Н.Г. Гаманюк, Т.Н. Соколова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета, 2019. – № 2. – С. 153-156.

3. Дейнека А.В. Управление человеческими ресурсами: Учебник для бакалавров / А.В. Дейнека, В.А. Беспалько. – 3-е издание, стереотипное. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2021. – 388 с.
4. Каратаев Н.Д. Инновации в перевозках пассажиров наземным транспортом // Наука, техника и образование, 2016. – № 5. – С. 70-72.
5. Махметова А.Ж.Е. Методический инструментарий анализа и оценки бизнес-процессов предприятий // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета, 2014. – № 2. – С. 69-72.
6. Раззаков М.И. Применение информационной логистики на общественном транспорте // Наука, техника и образование, 2018. – № 3. – С. 30-32.
7. Современные тренды и перспективы цифровых преобразований в экономике и бизнесе / А.И. Аукина, В.В. Березина, О.Е. Ваганова [и др.]. – Энгельс: Общество с ограниченной ответственностью «Институт научных исследований и развития профессиональных компетенций», 2021. – 205 с.
8. Хакимов Ш., Усманова М., Ражапова С. Современные информационные технологии для повышения эффективности функционирования общественного транспорта // Экономика и социум, 2022. – № 9.
9. Аргументы и факты Саратов [Электронный ресурс]. URL: <https://saratov.aif.ru>.
10. Новости Волгограда и Волгоградской области [Электронный ресурс]. URL: <https://volgograd.bezformata.com>.
11. Khakimov S., Rajarova S., Amirkulov F., Islomov E. Road Intersection Improvement-Main Step for Emission Reduction and Fuel Economy // In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 2021. – V. 939. – № 1.
12. Porcu F., Olivo A., Maternini G., Barabino B. Evaluating bus accident risks in public transport // Transportation Research Procedia, 2020. – № 45. – P. 443-450.

УДК 338.1+504.06

Т.С. Смирнова, О.В. Голуб

**МОНИТОРИНГ РЕАЛИЗАЦИИ ОТРАСЛЕВОЙ ПРОГРАММЫ
«ПРИМЕНЕНИЕ ВТОРИЧНЫХ РЕСУРСОВ И ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ
ИЗ ОТХОДОВ В ПРОМЫШЛЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ»**

T.S. Smirnova, O.V. Golub

**MONITORING THE IMPLEMENTATION OF THE INDUSTRY PROGRAM
«USE OF SECONDARY RESOURCES IN INDUSTRIAL PRODUCTION»**

Ключевые слова: вторичное сырье, вторичные ресурсы, техногенные ресурсы, ресурсосбережение, ресурсная эффективность, отраслевая программа, экономика замкнутого цикла, федеральный проект.

Keywords: secondary resources, technogenic resources, resource conservation, resource efficiency, industry program, circular economy, federal project.

Цель: провести анализ первых результатов реализации мероприятий дорожной карты отраслевой программы «Применение вторичных ресурсов и вторичного сырья из отходов в промышленном производстве». Обсуждение: ресурсосбережение и повышение ресурсной эффективности являются одними из основных задач устойчивого развития. Дефицит природных ресурсов, сокращение биоразнообразия при растущем народонаселении заставляют во всем мире принимать решения на уровне стратегий и концепций социально-экономического развития для сбережения природных ресурсов для последующих поколений. Вовлечение вторичных ресурсов и сырья в экономический оборот давно перестало быть узкоотраслевой проблемой, решение которой лежит исключительно в плоскости природоохранной политики. Результаты: повышение доли вторичного сырья в общем сырьевом балансе страны представляет собой многоплановую задачу, охватывающую все отрасли экономики. Наиболее важные на сегодняшний день проблемы наращивания объемов использования вторичного сырья в большей степени носят не научно-технический, а организационно-экономический характер. Для создания организационной и технологической инфраструктуры, обеспечивающей повышение эффективности вовлечения вторичного сырья в экономический оборот, необходимо оценить текущие и потенциальные возможности по замещению части природных ресурсов техногенными (вторичным сырьем и ресурсам), подготовить и внедрить в действующую систему государственного регулирования базовые принципы экономики замкнутого цикла. Эти и другие меры еще предстоит реализовать, в том числе, в рамках дорожной карты отраслевой программы «Применение вторичных ресурсов и вторичного сырья из отходов в промышленном производстве».

Purpose: analysis of the primary results of the implementation of the road map of the industry program «Use of secondary resources in industrial production». Discussion: Resource conservation and increasing resource efficiency are among the main objectives of sustainable development. The shortage of natural resources, the reduction of biodiversity with a growing population force all over the world to make decisions at the level of strategies and concepts of socio-economic development to conserve natural resources for future generations. The involvement of secondary resources economy has long ceased to be a narrow sectoral problem, the solution of which lies exclusively in the field of environmental policy. Results: Increasing the share of secondary resources in the country's overall raw material balance is a multifaceted task covering all sectors of the economy. The most important problems today in increasing the volume of use of secondary raw materials are largely not of a scientific and technical nature, but of an organizational and economic nature. To create an organizational and technological infrastructure that ensures increased efficiency of the involvement of secondary resources in economy, it is necessary to assess the current and potential opportunities for replacing part of natural resources with technogenic ones (secondary resources), to prepare and implement the basic principles of a circular economy into the current system of state regulation. These and other measures have yet to be implemented, including within the framework of the road map of the industry program «Use of secondary resources in industrial production».

Электронная почта: Tatmirnova82@mail.ru, ovk247@mail.ru

Введение

В 2021 году распоряжением Правительства РФ был утвержден перечень инициатив социально-экономического развития страны до 2030 года [5] по шести направлениям: социальная сфера, строительство, экология, цифровая трансформация, технологический рывок и государство для граждан. Направление «Экология» включает четыре инициативы, среди которых – и «Экономика замкнутого цикла». Цель реализации данной инициативы, как и в целом концепции экономики замкнутого цикла, состоит в сохранении ресурсов для нынешних и последующих поколений, в том числе посредством вовлечения техногенных ресурсов (вторичного сырья, вторичных ресурсов) в экономический оборот. Для реализации инициативы в 2022 году был разработан и утвержден федеральный проект «Экономика замкнутого цикла», направленный на формирование системного подхода к управлению ресурсами (природными и техногенными) в различных отраслях экономики. В основу разработки федерального проекта «Экономика замкнутого цикла» также положены принципы ресурсосбережения и повышения ресурсной эффективности на протяжении всего жизненного цикла продукции за счет более устойчивого (рационального) производства, обработки и потребления природных и техногенных ресурсов. Потенциал вовлечения техногенных ресурсов в экономический оборот в России достаточно высокий. Как показывается анализ статистических данных в сфере обращения с отходами [6], ежегодно в Российской Федерации утилизируется и обезвреживается не более 50% от образующихся отходов (рис. 1). В сегменте обрабатывающей промышленности утилизируется и обезвреживается ежегодно также не более 50% от образующихся отходов (рис. 2). По-прежнему большое количество отходов направляется на захоронение (рис. 3). Кроме того, значительные объемы потенциальных техногенных ресурсов «запасены» в шламо- и шлакохранилищах отвалах. По данным оценки состояния рынка отходов в Российской Федерации, по величине стоимостного вклада основные виды отходов располагаются в следующем порядке (в порядке убывания):

- лом черных металлов;
- сельхозотходы (зерноотходы, отходы производства масла и пр.);
- лом цветных металлов;

- полимерные отходы;
- навоз, помет;
- отходы добычи и обогащения;
- древесные отходы;
- макулатура.

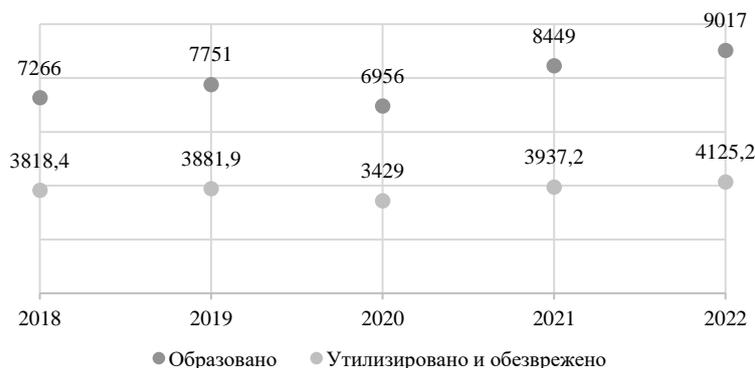


Рис. 1. Динамика показателей объема образования и утилизации и обезвреживания отходов производства и потребления в Российской Федерации, всего, млн т

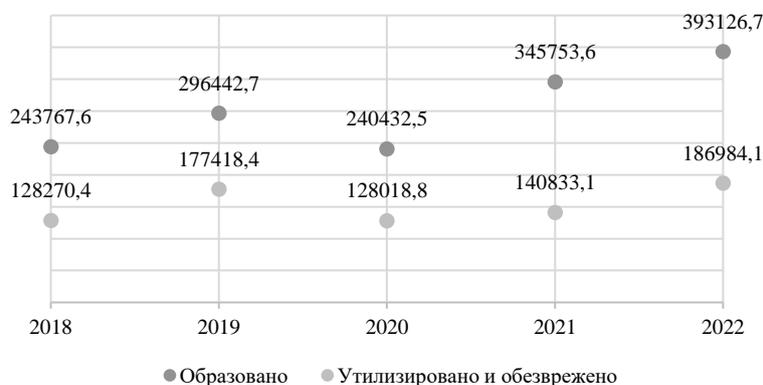


Рис. 2. Динамика показателей объема образования и утилизации и обезвреживания отходов в сегменте обрабатывающей промышленности в Российской Федерации, тыс. т

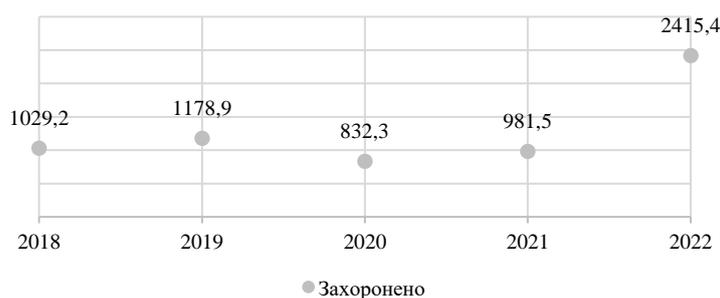


Рис. 3. Динамика показателей объема захоронения отходов производства и потребления в Российской Федерации, всего, млн т

По объемам вовлечения отходов в экономический оборот (в порядке убывания):

- отходы добычи и обогащения;
- сельхозотходы;
- лом черных металлов;
- древесные отходы;
- шлаки металлургические.

Значительная доля этих отходов используется в производстве сыпучих строительных материалов – щебня, песка или их смесей; вяжущих (цемента), бетонов и бетонных изделий, сухих строительных смесей, теплоизоляционных материалов и изделий. Однако, их использование прежде всего определяется экономическими выгодами для отдельных предприятий, а не обусловлено приоритетом применения в технологических процессах вторичного сырья или иными целевыми установками в системе государственного регулирования.

Методы

Паспорт федерального проекта «Экономика замкнутого цикла» содержит ряд первоочередных мер, которые должны быть выполнены в качестве базовых для построения эффективной системы управления ресурсами. В рамках выполнения мероприятий федерального проекта были подготовлены отраслевые программы, составлены дорожные карты и установлены целевые показатели их реализации в промышленности, сельском хозяйстве, строительной отрасли. Отраслевая программа «Применение вторичных ресурсов и вторичного сырья из отходов в промышленном производстве» (далее – Отраслевая программа) определяет необходимые условия для:

- роста ресурсной эффективности промышленности;
- сокращения объемов образования и размещения отходов на полигонах, в шламо- и шлакохранилищах, отвалах;
- увеличения доли используемых вторичных ресурсов для производства сырья в промышленности.

План мероприятий или дорожная карта Отраслевой программы включает комплекс мер по следующим направлениям:

- совершенствование нормативно-правовой базы в целях повышения уровня вовлечения вторичных ресурсов и сырья в экономический оборот;
- создание системы мониторинга и анализа данных в сфере обращения с вторичными ресурсами и сырьем в промышленности;
- создание инфраструктуры вовлечения вторичного сырья в экономический оборот;
- развитие рынка вторичных ресурсов и сырья и формирование спроса на продукцию из них;
- формирование правил регулирования системы обращения с вторичными ресурсами и сырьем;
- научно-техническое обеспечение развития сферы обращения с вторичными ресурсами и сырьем в промышленности.

Результаты

В соответствии с п. 14 дорожной карты реализации Отраслевой программы для организации статистического учета за предприятиями, производящими вторичное сырье и промышленную продукцию с использованием вторичного сырья, была разработана и утверждена форма федерального статистического наблюдения № 1-ВС «Сведения об образовании, использовании и поставках вторичного сырья» с указаниями по ее заполнению (далее – форма № 1-ВС) [7]. Систематизация данных по обращению с вторичным сырьем на уровне государственного регулирования ранее не предусматривалась. Анализ текущей ситуации в сфере обращения с вторичным сырьем в отраслевом разрезе проводился на основе данных форм статистического наблюдения № 14-МЕТ (лом) «Сведения об образовании и использовании лома черных и цветных металлов», утвержденной приказом Росстата от 30.07.2021 г. № 458 [8], и 2-ТП (отходы) «Сведения об образовании, обработке, утилизации, обезвреживании, размещении отходов производства и потребления», утвержденной приказом Росстата от 09.10.2020 г. № 627 [9], а также сведений из открытых источников информации. К респондентам, которые с 2024 года на ежегодной основе обязаны подавать отчетность по форме № 1-ВС, относятся юридические лица, производящие вторичное сырье и (или) промышленную продукцию с использованием вторичного сырья (кроме субъектов малого предпринимательства, потребительских кооперативов, общественных организаций, ассоциаций (союзов), товариществ собственников недвижимости, казачьих обществ, общин коренных малочисленных народов Российской Федерации, паевых инвестиционных фондов, фондов, религиозных организаций), всех форм собственности. Форма № 1-ВС предполагает заполнение сведений по двум разделам. В первом разделе приводится информация о продукции, произведенной респондентом (независимо от вида основной деятельности) как из собственного вторичного сырья, так и из неоплачиваемого вторичного сырья заказчика (давальческого), предназначенной для отпуска другим юридическим и физическим лицам, своему капитальному строительству и своим подразделениям, зачисленной в состав основных средств или оборотных активов, выданной своим работникам в счет оплаты труда, а также о доле вторичного сырья в общем объеме сырья, используемого при производстве продукции.

Второй раздел включает сбор данных по производству и использованию собственно вторичного сырья. Форма № 1-ВС заполняется в целом по юридическому лицу, включая все обособленные подразделения, входящие в его состав, и предоставляется в Министерство промышленности и торговли Российской Федерации на бумажном носителе или через форму обратной связи, указанную на сайте организации. В дальнейшем для сбора информации о «движении» вторичного сырья будет организован специальный сервис подачи статистической информации по форме № 1-ВС на платформе государственной информационной системы промышленности (ГИСП). Для организации сбора сведений по обращению с вторичным сырьем на платформе государственной информационной системы промышленности были внесены изменения в ФЗ-488 «О промышленной политике в Российской Федерации» [10]. П. 4 ч. 4 ст. 14 документа дополнен информацией об использовании вторичного сырья в процессе промышленной деятельности, подлежащей включению в государственную информационную систему промышленности. Постановление Правительства РФ от 21.12.2017 г. № 1604 «О предоставлении субъектами деятельности в сфере промышленности, органами государственной власти и органами местного самоуправления информации для включения в государственную систему промышленности и размещения информации государственной информационной системы промышленности в открытом доступе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» было дополнено информацией об использовании вторичного сырья на предприятии и ежегодном предоставлении ее субъектами деятельности в сфере промышленности [11]. Само понятие «вторичное сырье» не так давно приобрело правовой статус. Согласно федеральному закону № 268-ФЗ, под термином «вторичное сырье» следует понимать продукцию, полученную из вторичных ресурсов непосредственно (без обработки) или в соответствии с технологическими процессами, методами и способами, предусмотренными документами в области стандартизации Российской Федерации, и которая может использоваться в производстве другой продукции и (или) иной хозяйственной деятельности [12]. К вторичным ресурсам тем же документом отнесены отходы, которые или части которых могут быть повторно использованы для производства товаров, выполнения работ, оказания услуг или получения энергии и которые получены в результате раздельного накопления, сбора или обработки отходов, либо образованы в процессе производства [12]. Из определения вторичного сырья следует, что отнесение материалов ко вторичному сырью возможно на основании:

- документов национальной системы стандартизации;
- общероссийских классификаторов;
- стандартов организаций, в том числе технических условий;
- сводов правил;
- документов стандартизации, которые устанавливают обязательные требования в отношении объектов стандартизации (технические регламенты);

– технических спецификаций (отчеты) [13].

Анализ документов национальной системы стандартизации на предмет наличия рекомендаций по применению вторичного сырья показал, что лишь небольшая часть стандартов содержит такую информацию. Примером документа стандартизации, содержащего нормативы использования вторичных ресурсов/вторичного сырья в продукции может служить межгосударственный стандарт ГОСТ 31108-2020 «Цементы общестроительные. Технические условия» (таблица).

Таблица

Нормативы использования вторичного сырья при производстве цемента согласно ГОСТ 31108-2020 [7]

| № | Наименование продукции (товаров) | Нормативы использования вторичного сырья при производстве цемента |
|----|--|---|
| 1. | Цементы общестроительные, производимые с использованием гранулированных доменных шлаков, портландцемент с минеральными добавками марок ЦЕМ II/A-III; ЦЕМ II/B-III; композиционный портландцемент марок ЦЕМ II/A-K, ЦЕМ II/B-K; ЦЕМ V/A; ЦЕМ V/B | Содержание доменных шлаков составляет 6-95% |
| 2. | Цементы общестроительные, производимые с использованием сланцевой золы, портландцемент с минеральными добавками марок ЦЕМ II/A-Сл; ЦЕМ II/B-Сл; композиционный портландцемент марок ЦЕМ II/A-K, ЦЕМ II/B-K; ЦЕМ V/A; ЦЕМ V/B | Содержание сланцевой золы в цементе составляет 6-35% |
| 3. | Цементы общестроительные, производимые с использованием золы-уноса, портландцемент с минеральными добавками марок ЦЕМ II/A-3; ЦЕМ II/B-3; композиционный портландцемент марок ЦЕМ II/A-K, ЦЕМ II/B-K; ЦЕМ V/A; ЦЕМ V/B; пуццолановый цемент марок ЦЕМ IV/A; ЦЕМ IV/B | Содержание золы-уноса в цементе составляет 6-55% |

В связи с этим стала актуальной задача разработки и актуализации стандартов для описания рекомендаций по применению и количественной оценке доли вторичного сырья в составе производимой продукции. В рамках выполнения п. 26 дорожной карты отраслевой программы «Применение вторичных ресурсов и вторичного сырья из отходов в промышленном производстве» [2], структурного документа федерального проекта «Экономика замкнутого цикла», в настоящее время разрабатывается Перспективная программа стандартизации по направлению применения вторичных ресурсов, вторичного сырья и продукции, произведенной из вторичного сырья. После ряда согласований с заинтересованными сторонами проект Перспективной программы насчитывает более 150 позиций. В основном это – стандарты, устанавливающие требования на продукцию промышленности строительных материалов, поскольку именно строительная промышленность является основным перспективным потребителем большого количества вторичного сырья. Согласно п. 12 дорожной карты реализации Отраслевой программы, разработана первая очередь классификационного каталога вторичного сырья. Представленные в классификационном каталоге вторичного сырья данные определяют перечень продукции, используемой в качестве вторичного сырья. В процессе разработки классификационного каталога была выявлена необходимость внесения изменений в Общероссийские классификаторы продукции по видам экономической деятельности и видам экономической деятельности, ОКПД 2 и ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2), соответственно. Предполагается, что формирование и функционирование классификационного каталога вторичного сырья будет осуществляться также на базе государственной информационной системы промышленности. С этой целью разработан проект порядка формирования и ведения классификационного каталога вторичного сырья в ГИСП, подготовлены формы заявок на включение, актуализацию и исключение продукции из классификатора вторичного сырья.

В рамках выполнения п. 21 дорожной карты реализации Отраслевой программы был проведен анализ потребностей предприятий, применяющих вторичное сырье в российском технологическом оборудовании. С этой целью Министерством промышленности и торговли РФ было проведено анкетирование предприятий, перерабатывающих промышленные отходы и применяющих в технологических процессах вторичное сырье. Обратная связь была получена от небольшого числа респондентов. В заполненных анкетах было заявлено об отсутствии на российском рынке следующих типов технологического оборудования: волоочильной машины для производства цинковой проволоки, стана горячей прокатки, горизонтального гидравлического пресса; выявлена потребность предприятий, производящих картон и бумагу из макулатуры, в организациях по ремонту валов (бумагоделательных и картоноделательных машин с шлифованием и нанесением покрытий) на территории Российской Федерации, а также проблемы в замене электронных компонентов специальной и автомобильной техники (карьерных самосвалов) грузоподъемностью 15 т из-за импортных ограничений. Вместе с тем, следует отметить, низкая репрезентативность полученных данных по результатам анкетирования не позволяет оценить реальную потребность предприятий в российском технологическом оборудовании. Работа по сбору данных о потребностях предприятий, применяющих вторичное сырье в российском технологическом оборудовании, будет продолжена. Подготовлены предложения по установлению приоритета использования вторичных ресурсов, вторичного сырья при реализации крупных федеральных и региональных инфраструктурных проектов.

Крупные инфраструктурные проекты играют важную роль в экономическом развитии страны. К их отличительным особенностям относятся не только высокая стоимость и длительные сроки реализации, но и серьезное влияние как на экономику, так и на социальную сферу на федеральном и региональном уровнях. С 1 марта 2024 года вступило в силу распоряжение Правительства РФ от 02.08.2023 г. № 2094-р «Об утверждении перечня видов продукции (товаров), производство которых осуществляется с использованием определенной доли вторичного сырья в их составе и в отношении которых осуществляется стимулирование деятельности по их производству, и перечня видов работ, услуг, выполнение и оказание которых осуществляется с использованием определенной доли вторичного сырья в их составе и в отношении которых осуществляется стимулирование деятельности по их выполнению» [3]. Данный документ содержит 38 видов продукции, производство которых осуществляется с использованием определенной доли вторичного сырья в их составе и в отношении которых осуществляется стимулирование деятельности по их производству, в том числе, например, цементы общестроительные, производимые с использованием сланцевой золы (с использованием золошлаковых смесей (золы-уноса), модифицированная асфальтобетонная смесь с использованием золошлаковых смесей (золы-уноса), покрытия из резиновой

крошки, резиновая плитка, минеральная вата или изделия из нее, бетоны для всех видов строительства с использованием золошлаковых смесей (золы-уноса), образующихся на тепловых электростанциях при совместном гидроудалении золы и шлака, и другие материалы, в отношении которых может быть установлен приоритет использования в сфере строительства и жилищно-коммунального хозяйства при реализации крупных федеральных и региональных проектов. Для установления приоритета использования вторичных ресурсов, вторичного сырья при реализации инфраструктурных проектов целесообразно также внести изменения в постановление Правительства РФ от 14 июля 2021 г. № 1189 «Об утверждении Правил отбора инфраструктурных проектов, источником финансового обеспечения расходов на реализацию которых являются бюджетные кредиты из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на финансовое обеспечение реализации инфраструктурных проектов, и о внесении изменений в Положение о Правительственной комиссии по региональному развитию в Российской Федерации» (далее – Правил) [4]. В Раздел III «Конкурсный отбор инфраструктурных проектов» Правил целесообразно внести изменение следующего содержания: п. 28 Конкурсный отбор инфраструктурных проектов осуществляется с учетом следующих критериев: г) доля использования вторичных ресурсов и (или) вторичного сырья при реализации инфраструктурного проекта.

Обсуждение

Оценка инфраструктурных проектов осуществляется в порядке, разработанном Министерством строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации совместно с Министерством экономического развития Российской Федерации, Министерством финансов Российской Федерации и единым институтом развития в жилищной сфере и утвержденном президиумом (штабом) Комиссии. Указанный порядок предусматривает оценку инфраструктурных проектов по каждому критерию в соответствии с п. 28 Правил и оценку социально-экономического эффекта от реализации инфраструктурных проектов, методику комплексной оценки инфраструктурных проектов и порядок ранжирования инфраструктурных проектов по результатам их комплексной оценки, а также порядок подготовки заключений, предусмотренных п. 33 Правил отбора инфраструктурных объектов, и итогового заключения. Дополнительно потребуются внесение изменений в «Методику по отбору инфраструктурных проектов, источником финансового обеспечения расходов на реализацию которых являются бюджетные кредиты из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на финансовое обеспечение реализации инфраструктурных проектов» в части разработки метода оценки соответствия инфраструктурных проектов критерию по пункту «Доля использования вторичных ресурсов и (или) вторичного сырья при реализации инфраструктурного объекта». Согласно п. 29 дорожной карты реализации Отраслевой программы, сформирован перечень приоритетных направлений исследований в сфере вовлечения вторичных ресурсов, вторичного сырья в хозяйственный оборот по отраслям промышленности. Всего для рассмотрения поступило от научно-исследовательских и проектных организаций 88 тем НИР и НИОКР по направлениям:

- создание новых материалов из вторичного сырья;
- разработка природоподобных технологий;
- совершенствование технологий утилизации отходов – «свежих» и накопленных в шламо- и шлакохранилищах, отвалах;
- проектирование продукции с улучшенными экологическими характеристиками (увеличенным сроком службы продукта, увеличением циклов рециклинга и др.).

Практически все принципы экономики замкнутого цикла охвачены предлагаемыми к выполнению НИР и НИОКР. Для координации работы научных коллективов различных исследовательских и проектных организаций, осуществляющих свою деятельность в том числе в области проектирования техники и технологий производства продукции с использованием вторичного сырья и вторичных ресурсов, предложено Федеральное государственное автономное учреждение «Научно-исследовательский институт «Центр экологической промышленной политики» (далее – ФГАУ «НИИ «ЦЭПП»). На базе данной организации осуществляет работу Научно-методический центр «Управления отходами и вторичными ресурсами», учрежденный Министерством промышленности и торговли Российской Федерации в 2017 году. ФГАУ «НИИ «ЦЭПП» является правопреемником Всесоюзного проектно-конструкторского и технологического института вторичных ресурсов (далее – ВИВР) Госнаба СССР. Основными задачами ВИВР было выявление источников и установление объемов производства промышленного вторичного сырья в стране, проведение научно-исследовательских, проектно-конструкторских и технологических работ по созданию наиболее эффективных методов использования такого сырья и обеспечение безопасности окружающей среды.

Заключение

Анализируя первые результаты реализации отраслевой программы «Применение вторичных ресурсов и вторичного сырья из отходов в промышленном производстве», можно отметить следующие достижения.

1. Разработана и утверждена форма федерального статистического наблюдения № 1-ВС «Сведения об образовании, использовании и поставках вторичного сырья» с указаниями по ее заполнению. В 2024 году начался сбор данных от респондентов по «движению» вторичного сырья. Подготовлена нормативная правовая база для организации электронного сервиса подачи статистической информации по форме № 1-ВС на платформе государственной информационной системы промышленности.

2. Подготовлен проект Перспективной программы стандартизации по направлению применения вторичных ресурсов, вторичного сырья и продукции, произведенной из вторичного сырья. В проект Перспективной программы включены более 150 позиций стандартов для актуализации и разработки с тем, чтобы привести в них рекомендации по применению и количественной оценке доли вторичного сырья в составе производимой продукции.

3. В процессе разработки классификационного каталога вторичного сырья выявлена необходимость внесения изменений в Общероссийские классификаторы продукции по видам экономической деятельности и видам экономической деятельности, ОКПД 2 и ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2), соответственно.

4. Подготовлены предложения по установлению приоритета использования вторичных ресурсов, вторичного сырья при реализации крупных федеральных и региональных инфраструктурных проектов.

5. Сформирован перечень приоритетных направлений исследований в сфере вовлечения вторичных ресурсов, вторичного сырья в хозяйственный оборот по отраслям промышленности.

Имеется также и озабоченность в дальнейших перспективах реализации отраслевой программы. В основном это связано с отсутствием полноценной обратной связи от промышленных респондентов. Анализ потребностей предприятий, применяющих вторичное сырье, в российском технологическом оборудовании, проведенный посредством анкетирования,

показал низкую заинтересованность респондентов. Перечень «пилотных» проектов по вовлечению отходов производства, образующихся в отраслях промышленности, в хозяйственный оборот на период 2023-2024 гг., в основном, сформирован из проектов утилизации полезных фракций твердых коммунальных отходов; лишь несколько проектов направлены на утилизацию в качестве вторичных ресурсов и сырья промышленных отходов.

Литература

1. ГОСТ 31108-2020 «Цементы общестроительные. Технические условия». [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200174658>.
2. Паспорт отраслевой программы «Применение вторичных ресурсов и вторичного сырья из отходов в промышленном производстве» (утв. Правительством РФ 17.11.2022 № 13493п-п11). [Электронный ресурс]. URL: <https://rulaws.ru/acts/Pasport-otraslevoyy-programmy/>.
3. Об утверждении перечня видов продукции (товаров), производство которых осуществляется с использованием определенной доли вторичного сырья в их составе и в отношении которых осуществляется стимулирование деятельности по их производству, и перечня видов работ, услуг, выполнение и оказание которых осуществляется с использованием определенной доли вторичного сырья в их составе и в отношении которых осуществляется стимулирование деятельности по их выполнению – Распоряжение Правительства РФ от 02.08.2023 № 2094-р [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202308040100>.
4. Об утверждении Правил отбора инфраструктурных проектов, источником финансового обеспечения расходов на реализацию которых являются бюджетные кредиты из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на финансовое обеспечение реализации инфраструктурных проектов, и о внесении изменений в Положение о Правительственной комиссии по региональному развитию в Российской Федерации Постановление Правительства РФ от 14 июля 2021 г. № 1189 [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/401537766/>.
5. Об утверждении перечня инициатив социально-экономического развития РФ до 2030 г. – Распоряжение Правительства РФ от 6 октября 2021 г. № 2816-р [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/43451/> (дата обращения: 28.02.2024).
6. Государственный доклад о состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2022 году. [Электронный ресурс]. URL: https://www.mnr.gov.ru/docs/gosudarstvennyye_doklady/gosudarstvennyy_doklad_o_sostoyanii_i_ob_okhrane_okruzhayushchey_sredy_rossiyskoy_federatsii_v_2022_/.
7. Об утверждении формы федерального статистического наблюдения N 1-BC «Сведения об образовании, использовании и поставках вторичного сырья» с указаниями по ее заполнению для организации Министерством промышленности и торговли Российской Федерации федерального статистического наблюдения за предприятиями, производящими вторичное сырье и промышленную продукцию с использованием вторичного сырья – Приказ Росстата от 04.12.2023 № 614 [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_463663/.
8. Сведения об образовании и использовании лома черных и цветных металлов – Приказ Росстата от 30.07.2021 № 458 [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52009/7282adba756a7b15b30df0301d735e3c477aba81/.
9. Сведения об образовании, обработке, утилизации, обезвреживании, размещении отходов производства и потребления – Приказ Росстата от 09.10.2020 № 627 [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_365045/.
10. О промышленной политике в Российской Федерации – Федеральный закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173119/.
11. О предоставлении субъектами деятельности в сфере промышленности, органами государственной власти и органами местного самоуправления информации для включения в государственную систему промышленности и размещения информации государственной информационной системы промышленности в открытом доступе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – Постановление Правительства РФ от 21.12.2017 № 1604 [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/71842434/>.
12. О внесении изменений в Федеральный закон «Об отходах производства и потребления» и отдельные законодательные акты Российской Федерации – Федеральный закон от 14.07.2022 № 268-ФЗ [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202207140034>.
13. О стандартизации в Российской Федерации – Федеральный закон от 29.06.2015 № 162-ФЗ [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181810/.
14. Fahrenkrog G. et al. RTD evaluation tool box: Assessing the socioeconomic impact of RTD Policy // Seville: European Commission Joint Research Centre, 2002.
15. Ruegg R., Feller I. A toolkit for evaluating public R&D investment. Models, methods, and findings from ATP's first decade // Gaithersburg: National Institute of Standards and Technology, 2003.

УДК 330.322.011

О.И. Терентьева, Ли Байчжи

**ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭКОНОМИКЕ**

O.I. Terenteva, Li Baizhi

**INNOVATION POLICY AS A FACTOR IN STIMULATING
INNOVATION ACTIVITY IN THE ECONOMY**

Ключевые слова: инновация, правовая система, технологическая инновация, инновационный риск, система финансирования, стратегия развития, инновационная система, государственный фонд.

Keywords: innovation, legal system, technological innovation, innovation risk, financing system, development strategy, innovation system, state fund.

Цель: определить ключевые элементы инновационной политики Российской Федерации, которые нуждаются в совершенствовании и могут повысить инновационный потенциал государства. Обсуждение: в настоящее время Россия сталкивается с суровыми санкциями, осложняющими взаимодействие с другими государствами в научно-исследовательских проектах и тормозящими инновационное развитие. Государственная инновационная политика является важным инструментом регулирования экономики, который в последние годы активно используется правительствами для содействия инновационному развитию государства. Посредством формирования и реализации инновационной политики и связанных с ней систем и механизмов государство стремится повысить степень своего инновационного потенциала, в т.ч. обеспечить его независимость. Результаты: в ходе проведенного ретроспективного анализа развития инновационной политики РФ выделены ее особенности; выявлены ограничивающие факторы в практике инновационной политики (недостаточная финансовая поддержка исследователей и вспомогательного персонала, неполное развитие инновационной инфраструктуры, неопределенность экономической выгоды от использования интеллектуальной собственности, низкий спрос на инновационные товары работы и услуги); раскрыт механизм финансирования инновационных разработок посредством государственных фондов; сформулированы рекомендации относительно развития элементов инновационной политики России.

Purpose: to identify the key elements of the innovation policy of the Russian Federation that need improvement and can increase the innovative potential of the state. Discussion: Currently, Russia is facing severe sanctions that complicate interaction with other states in research projects and hinder innovative development. State innovation policy is an important tool for regulating the economy, which in recent years has been actively used by governments to promote the innovative development of the state. Through the formation and implementation of innovation policy and related systems and mechanisms, the state strives to increase the degree of its innovation potential, including ensuring its independence. Results: in the course of a retrospective analysis of the development of innovation policy in the Russian Federation, its features were highlighted; limiting factors in the practice of innovation policy have been identified (insufficient financial support for researchers and support staff, incomplete development of innovation infrastructure, uncertainty of economic benefits from the use of intellectual property, low demand for innovative goods and services); the mechanism for financing innovative developments through government funds has been disclosed; recommendations were formulated regarding the development of elements of innovation policy in Russia.

Электронный адрес: terentieva@spa.msu.ru, 1967564373@qq.com

Введение

В настоящее время инновации стали важной движущей силой социального развития и экономического роста. Неотъемлемой составляющей национальной социально-экономической политики является инновационная политика. Реализация инновационной политики направлена на создание благоприятных экономических, правовых и организационных условий, эффективное использование результатов научных исследований, повышение эффективности коммерциализации новых технологий, решение существующих в стране или регионе проблем в области инновационного развития, обеспечение работы исследовательских институтов и их эффективное взаимодействие с предприятиями. Задачи исследования – провести ретроспективный анализ развития инновационной политики РФ; выделить особенности инновационной политики РФ; определить ограничивающие факторы в практике инновационной политики; раскрыть механизм финансирования инновационных разработок посредством государственных фондов.

Методы

К методам исследования, используемым для получения результатов исследования, относятся анализ, сравнение, обобщение, классификация и синтез. Материалы, использованные в ходе исследования, включают публикации по теме исследования, официальные документы Российской Федерации, связанные с инновационной политикой, а также статистические данные и материалы, предоставленные авторитетными организациями.

Результаты

В России развитие инновационной политики можно проследить со второй половины 50-х годов XX века [6]. Исследование эволюции инновационной политики РФ позволило провести ее классификацию по этапам, представленным в табл. 1.

Таблица 1

Развитие инновационной политики РФ

| Этап | Период | Основные особенности |
|------|---|---|
| 1 | Со второй половины 50-х до 90-х гг. XX в. | Предпринимательская деятельность была монополизирована государством. Инновационная политика в определенной степени была эквивалентна научно-технической политике. |
| 2 | С начала 90-х гг. до 1996 года | Стратегия управления наукой заключалась в том, чтобы не вмешиваться в процесс самоорганизации. |

| Этап | Период | Основные особенности |
|------|--------------------------------|--|
| 3 | С 1996 по 2002 г. | Инновационная политика этого периода была направлена на устранение негативного воздействия перехода к рыночной экономике на российский научно-технический сектор [9]. |
| 4 | С 2002 по 2006 г. | Правительство стало более активно участвовать в процессе инновационного развития; Формирование национальной инновационной системы и создание условий для увеличения инвестиций в инновации. |
| 5 | С 2006 по 2011 г. | Правительство стало применять комплексный подход к управлению инновационной деятельностью, сочетающий прямую поддержку с косвенными мерами и административным надзором; |
| 6 | С 2011 по 2020 г. | Повышение восприимчивости бизнеса и экономики к инновациям; Увеличение ассигнований федерального бюджета на гражданскую науку. |
| 7 | С 2020 года по настоящее время | Достижение технологического суверенитета стало одной из целей развития инновационной сферы. |

Развитие инновационной политики России, как показано в табл. 1, можно разделить на семь этапов, каждый из которых имеет свои особенности. Основа системы государственного управления инновационной деятельностью формируется в соответствии с принципами разграничения полномочий государственной власти на федеральном и региональном уровнях, предусмотренными Конституцией Российской Федерации. При этом эволюция инновационной политики России представляет собой процесс постоянного совершенствования соответствующих нормативных актов. В табл. 2 представлена нормативно-правовая база инновационной деятельности.

Таблица 2

Нормативно-правовые документы в инновационной сфере

| Нормативно-правовые документы | Описание |
|---|---|
| Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» | Определены понятия «инновация», «инновационный проект», «инновационная деятельность», «институт инновационного развития»; принципы господдержки инноваций. |
| Федеральный закон от 19 июля 2007 г. № 195 ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части формирования благоприятных налоговых условий для финансирования инновационной деятельности» | Определены положения о предоставлении налоговых льгот субъектам инновационной деятельности. |
| Постановление Правительства РФ от 9 апреля 2010 г. № 218 «О мерах государственной поддержки развития кооперации российских высших учебных заведений и организаций, реализующих комплексные проекты по созданию высокотехнологичного производства» | Сформулированы цели, условия и порядок предоставления субсидий из федерального бюджета на развитие кооперации российских образовательных организаций высшего образования, государственных научных учреждений и организаций реального сектора экономики. |
| Федеральный закон от 29 июля 2017 г. № 216 ФЗ «Об инновационных научно-технологических центрах и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» | Определены правила создания и функционирования инновационного научно-технологического центра. |
| Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 258 ФЗ «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации» | Определены сферы, в которых могут быть внедрены экспериментальные правовые режимы: в медицине, фармацевтике, проектировании, производстве и эксплуатации транспортных средств, на финансовом рынке, в сельском хозяйстве и др. сферах. |
| Постановление Правительства РФ от 22 декабря 2020 г. № 2204 «О некоторых вопросах реализации государственной поддержки инновационной деятельности, в том числе путем венчурного и (или) прямого финансирования инновационных проектов, и признании утратившими силу акта Правительства Российской Федерации и отдельного положения акта Правительства Российской Федерации» | Определены правила оценки эффективности использования средств государственной поддержки инновационной деятельности и базовые критерии оценки рисков реализации инновационного проекта. |
| Распоряжение Правительства РФ от 20 мая 2023 г. № 1315-р «Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 года» | Определены вызовы, принципы и цели технологического развития на период до 2030 года. |
| Федеральный закон от 4 августа 2023 г. № 478 ФЗ «О развитии технологических компаний в Российской Федерации» | Определены правовые основы деятельности технологических компаний в Российской Федерации и формы государственной поддержки технологических компаний. |
| Постановление Правительства РФ от 21 декабря 2023 г. № 2235 «О Правилах подтверждения соответствия выполненным научным исследованиям и (или) опытно-конструкторских разработок перечню научных исследований и (или) опытно-конструкторских разработок, утвержденному Правительством Российской Федерации в соответствии с пунктом 7 статьи 262 Налогового кодекса Российской Федерации, и размещения такой информации в государственной информационной системе» | Разработан дополнительный механизм получения налоговых преференций за расходы при проведении научных исследований и опытно-конструкторских работ (НИОКР). |

В настоящее время Правительство РФ применяет подход стратегического планирования в сфере инноваций в целях стимулирования инновационной деятельности. Органы государственного управления на разных этапах времени обнародуют стратегии и документы планирования инновационных проектов, определяют направление и перспективы инновационного развития страны, а управленческая деятельность оценивается, корректируется и совершенствуется по результатам реализации. Например:

- Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года (утверждена Министерством образования и науки РФ от 15 февраля 2006 г.);
- Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р.);
- Концепция технологического развития на период до 2030 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 20 мая 2023 г. № 1315-р);
- Указ Президента РФ от 01.12.2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» (далее – Стратегия - 2016);
- Указ Президента РФ от 28.02.2024 г. № 145 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» (далее – Стратегия – 2024).

Реализацию «Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года» можно считать не вполне удовлетворительной: как на первом этапе (2006-2007 гг.), так и на втором (2008-2010 гг.) многие показатели не достигли запланированного уровня. В Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 года из 45 индикаторов по 21 нет официальных данных. Только по четырем индикаторам запланированные показатели полностью достигнуты [7]. Судя по результатам реализации Стратегии – 2016, наблюдалось значительное отставание по срокам в ее реализации [4]. Цели и задачи, обозначенные в стратегических документах, не реализованы в полной мере. Важным ограничивающим фактором выступило отсутствие синергии между инновационной политикой и общей социально-экономической политикой. Социальная, экономическая, бюджетная, налоговая политика, а также политика в сфере технического регулирования, тесно связанная с инновационной деятельностью, вкупе с созданием благоприятного инвестиционного климата оказались недостаточно эффективными. Рыночная и институциональная среда для содействия инновационному развитию недостаточно благоприятны. По данным опроса Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, высокая стоимость нововведений, несовершенство законодательной базы и высокий экономический риск рассматриваются российскими предприятиями как сдерживающие факторы инновационного развития [10]. Согласно «Концепции технологического развития на период до 2030 года», приоритетом технологической политики РФ на новом этапе является достижение технологического суверенитета. Ее реализация позволяет создать технологические условия для социально-экономического развития РФ. «Стратегия – 2024» проясняет текущую ситуацию политики РФ в области научно-технологического развития. В ней указано, что политика РФ в области научно-технического развития разделена на три этапа. С 2022 года РФ находится на третьем этапе развития – этап мобилизационного развития научно-технологической сферы в условиях санкционного давления, сопровождающийся консолидацией общества и хозяйствующих субъектов для решения задач научно-технологического развития [2]. Представленные стратегические документы способствовали постепенному совершенствованию национальной инновационной политики, развитию инновационной экономики, формируя национальную инновационную систему.

Инновационный потенциал России нуждается в дальнейшем развитии. Согласно Глобальному инновационному индексу – 2022, почти 40% инновационного потенциала РФ остается неиспользованным [8]. Причины такой ситуации связаны с такими факторами, как неразвитость законодательной базы, проблемы с качеством регулирования и предпринимательская среда. В целях развития инновационного потенциала государство реализует ряд программ и выделяет средства на инновационные направления. Среди них для России очень важны повышение глобальной конкуренции за высококвалифицированную рабочую силу и «умные» деньги (инвестиции, привлекающие в проекты новые знания, технологии, компетенции) [1]. Следовательно, элементами, которые необходимо учитывать при формулировании и реализации инновационной политики, являются кадры, защита интеллектуальной собственности, инновационная среда, механизм финансирования и поддержки инноваций. Проект «Наука и университеты» – важный национальный проект, реализуемый в сфере инноваций. Структура проекта состоит из 4 частей, каждая из которых подробно описывает цели и мероприятия по их реализации (рис. 1). Факторы, представленные на рисунке, являются наиболее важными для инновационного развития РФ.

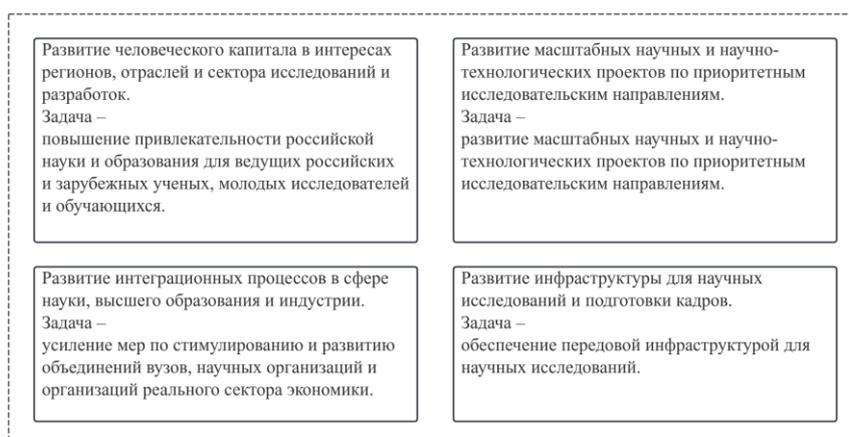


Рис. 1. Национальный проект «Наука и университеты» [14]

Кадровый потенциал выступает основной движущей силой инновационной деятельности [19]. Привлечения талантливых специалистов можно добиться путем обеспечения хороших условий труда и других средств. В то же время следует также уделять внимание развитию отечественных талантов посредством разработки образовательных программ и поддержанию высокого уровня образования и профессиональной подготовки. Говоря о научных и технологических талантах, стоит отметить, что численность научного персонала в России на протяжении многих лет сохраняет тенденцию к снижению (рис. 2), поэтому поддержка государством инновационных талантов особенно важна.



Рис. 2. Численность персонала, занятого исследованиями и разработками (чел.) [16]

В 2020 году Российской академии наук был проведен экспертный опрос, цель которого состояла в оценке состояния системы подготовки научных кадров. Результаты опроса показали, что наиболее серьезными препятствиями, влияющими на эффективность национальной и региональной системы подготовки и поддержки научных кадров, являются:

- недостаточная базовая финансовая поддержка исследователей и вспомогательного персонала (67,2% респондентов);
- устаревшая материально-технологическая база (59,3%) [13].

Благодаря реализации национальных проектов в сфере инноваций эти два основных ограничивающих фактора были улучшены. Так, в 2022 году численность научного персонала в РФ впервые за последние годы увеличилась – до 669 870 чел. (на 7 168, или 1,1%, по сравнению с 2021 годом) (рис. 2). Инновационная инфраструктура, являясь необходимым атрибутом инновационной экономики, играет значимую роль в ее развитии [18,20]. Полностью функциональная инновационная инфраструктура является необходимым условием эффективного функционирования инновационной экономики [3]. При этом 10,6% российских предприятий отметили, что неразвитость инновационной инфраструктуры является одним из факторов, ограничивающих инновации [10]. На этом фоне Правительство РФ стремится совершенствовать инфраструктуру инновационной деятельности. Создание и реализация проекта «Наука и университеты» позволит России создать ряд научных центров с первоклассными условиями для исследовательской работы. Осуществление инновационной деятельности требует полноценного механизма защиты интеллектуальной собственности. Только обеспечив юридическое признание инноваций и вознаграждение результатов инновационной деятельности, можно гарантировать их развитие и способствовать технологическому обмену [17,21]. Государственная поддержка в сфере защиты интеллектуальной собственности осуществляется через специализированные государственные учреждения. По данным опроса ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, 13,6% российских предприятий выразили обеспокоенность по поводу неопределенности экономической выгоды от использования интеллектуальной собственности [10]. Эта обеспокоенность в определенной степени ограничивает развитие инновационной деятельности. С одной стороны, это снижает энтузиазм отечественных компаний заниматься научными исследованиями и созданием знаний. С другой стороны, это не способствует привлечению иностранных инвестиций в инновационные сферы.

Инновационная политика должна включать в себя формирование среды, поощряющей инновационную деятельность, развитие знаний. Взаимная адаптация субъекта инновационной деятельности к инновационной среде и эффективное согласование инновационных ресурсов и инновационной среды являются основными условиями развития инновационной системы. Отставание развития инновационной системы России связано с рыночной средой, с недостаточным инновационным спросом. Слабый спрос на инновационную продукцию и услуги отметили 13,4% российских предприятий. В 2022 году общий объем инновационных товаров (работ, услуг), произведенных российскими предприятиями обрабатывающей промышленности, достиг 3,8 трлн р., что составило 7% от годового объема продаж. По сравнению со странами Европы Россия находится на низком уровне по этому показателю. Аналогичный показатель в Ирландии – 41,7%, в Финляндии – 25,6%, в Германии – 21,6%, в Италии – 15,4%, во Франции – 8,7% [11]. Склонность к закупке готовой зарубежной продукции не способствует разработке и внедрению инновационной отечественной продукции. Чтобы изменить эту ситуацию, России необходимо создать эффективный механизм производства и коммерциализации результатов научной и технологической деятельности. В настоящее время в Российской Федерации разработаны различные формы стимулирования субъектов научно-технической инновационной деятельности: финансовые субсидии, налоговые льготы, конкурсы и гранты, венчурные фонды и т.д. Участие государства в инновационной деятельности включает в себя прямое финансирование и косвенное финансирование. Под прямым финансированием понимается прямая финансовая поддержка инновационной деятельности (например: кредиты, инновационные инвестиции). Сущность косвенного финансирования заключается в предоставлении финансового стимулирования объектам финансирования без непосредственного воздействия на объекты финансирования. Косвенный механизм финансирования включает налоговые льготы, государственные закупки, государственные гарантии и т.д. Прямая государственная поддержка инновационной деятельности оказывает существенное влияние на повышение инновационного потенциала.

Основным источником финансирования инноваций в РФ в 2022 году являются собственные средства организации (57,3%). Всего бюджетная поддержка обеспечивает около четверти затрат (23,6% – за счет средств федерального бюджета и 2,5% – за счет средств бюджетов субъектов РФ и местных бюджетов). Кроме того, доля средств фондов поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности очень мала (0,3%) как и доля иностранных инвестиций (0,4%) (рис. 3). Правительство РФ предоставляет финансовую поддержку инновационным проектам посредством грантов, субсидий и других механизмов. Также существуют различные инструменты поддержки для стартапов и малых инновационных предприятий. Поскольку риски, связанные с разработкой и реализацией инновационных проектов, высоки, выбор проектов для предоставления финансирования основывается на системе их оценки. Поддержка инновационной деятельности государственными фондами в основном сосредоточена на приоритетных направлениях национальной инновационной политики. Основными формами предоставления средств являются:

- финансирование федеральных целевых инновационных программ;
- финансовая поддержка перспективных инновационных проектов на конкурсной основе.



Рис. 3. Затраты на инновационную деятельность по источникам финансирования: 2022 год (%) [12]

В России основным драйвером инновационного развития является государство. В 2022 году доля государственных средств во внутренних затратах на исследования и разработки достигла 67,3%, в то время как доля средств предпринимательского сектора составила 28,9%. Стоит отметить, что по сравнению с США и европейскими странами Россия отстает по доле средств предпринимательского сектора. Для сравнения, в США – 67,9%, в Великобритании – 58,5%, в Германии – 62,8%, в Италии – 53,9%, во Франции – 55,4% [12]. Видно, что Российской Федерации необходимо улучшить структуру внутренних затрат на исследования и разработки за счет привлечения большего количества средств предпринимательского сектора к НИОКР.

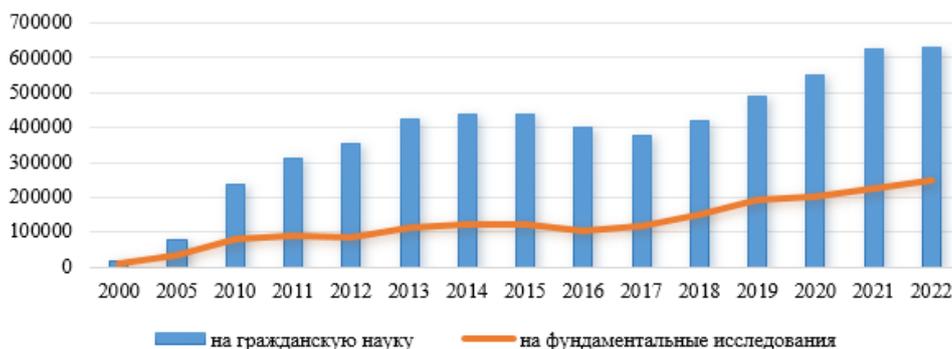


Рис. 4. Финансирование науки из средств федерального бюджета, млн р. [15]

Федеральное финансирование гражданской науки, как показано на рис. 4, значительно увеличилось в последние годы. Развитие фундаментальной науки имеет большое значение для страны, поскольку с развитием социальной экономики, науки и техники коммерческая и социальная ценность фундаментальных научных результатов продолжают возрастать [5]. Объем расходов на гражданскую науку из средств федерального бюджета в 2022 году составил 631 701,6 млн р., что на 14,9% больше, чем в 2020 году (549 602,2 млн р.). Из них объем инвестиций в фундаментальную науку в 2022 году составил 247 286,9 млн р., увеличившись на 21,7% по сравнению с 2020 годом (203 246,8 млн р.). Однако стоит отметить, что этот объем затрат все еще далек от затрат на исследования в других передовых странах. Для сравнения, в 2022 году ассигнования на исследования и разработки из средств государственного бюджета США составили 169 938,0 млн долл. (или 4 670 482,5 млн в рублевом эквиваленте по паритету покупательной способности национальных валют, что на 639,3% больше, чем в России), а затраты Китая на выполнение исследований и разработок за счет средств государства – 126 563,9 млн долл. (или 3 478 412,6 млн в рублевом эквиваленте, что на 450,6% чем в России) [12]. Таким образом, при реализации инновационной политики России необходимо продолжать наращивать финансовые инвестиции в сферу инноваций. Фонды поддержки инновационной деятельности играют важную роль в инновационной политике, расширяя спектр научной деятельности и инновационных проектов (табл. 3).

Таблица 3

Система институтов развития в сфере инноваций

| Название | Основное назначение | Основной вклад |
|--|--|---|
| Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (с 1994 года) | Финансовая поддержка молодых ученых и малых предприятий, которые занимаются научными разработками с высоким потенциалом коммерциализации | Объем финансовых вложений: 17,6 млрд р. (2022 год); Проекты участия Фонда (2022 год): 1. «Платформа университетского технологического предпринимательства» 2. «Студенческий стартап» |
| Российская венчурная компания (РВК) (с 2006 года) | Развитие венчурного рынка Российской Федерации (С 2021 года РВК входит в структуру Российского фонда прямых инвестиций (РФПИ), суверенного фонда Российской Федерации) | Совокупный объем инвестиционных обязательств РВК: Более 30 млрд р. Результаты: Более 25 Фондов создано с участием РВК |

| Название | Основное назначение | Основной вклад |
|---|---|--|
| Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк) (с 1922 года) | Финансирование масштабных проектов, направленных на развитие инфраструктуры, промышленности, социальной сферы, повышение технологического потенциала и улучшение качества жизни граждан | Объем финансовых вложений: 4 трлн р. Результаты: Более 120 профинансированных проектов за 5 лет; 65 тыс. новых рабочих мест |
| Фонд развития промышленности (с 2014 года) | Предложение льготного финансирования промышленным проектам | Общая сумма займов: 513,6 млрд р. Результаты: 779 открытых или увеличивших выпуск производств в 70 регионах; 1 553 выданных займа в 75 регионах |
| Российский фонд развития информационных технологий (РФРИТ) (с 2017 года) | Обеспечение поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности в сфере информационно-коммуникационных технологий | Грантовая поддержка Фонда: Более 28,5 млрд р. Проекты участия Фонда: «Авада системс» «Адептик плюс» «Бимит» |
| РОСНАНО (с 2007 года) | Содействие реализации государственной политики по развитию nanoиндустрии | Объем финансовых вложений: 130 млрд р. Результаты: Инвестиции в 87 производственных проектов и 10 венчурных фондов |

Российское общество придает большое значение формированию фондов поддержки инновационной деятельности. Выступая необходимым элементом в механизме поддержки инновационной деятельности, российские фонды содействуют компаниям, в т.ч. малым и средним, посредством софинансирования, механизма гарантий и др. Представленные фонды фокусируются на поддержке технологических проектов малых и средних предприятий на ранних стадиях реализации (посевной этап и стадия стартапа), имеющих хорошие рыночные перспективы. Деятельность фондов поддержки инновационной деятельности обеспечивает удобные каналы инвестирования и финансирования для развития инновационной экономики и способствует плавному развитию инновационной деятельности.

Обсуждение

Развитие инновационной политики РФ представляет собой процесс постепенного совершенствования правовой системы: на разных этапах государственные органы РФ разрабатывают стратегические документы, направленные на развитие инновационного потенциала государства. Ограничениями реализации инновационной политики являются недостаточная базовая финансовая поддержка исследователей и вспомогательного персонала, недостаточное развитие инновационной инфраструктуры, неопределенность экономической выгоды от использования интеллектуальной собственности, низкий спрос на новые товары, работы и услуги. Национальный проект «Наука и университеты» отражает текущий путь, выбранный правительством для стимулирования и повышения инновационного потенциала в части таких направлений, как развитие человеческого капитала в интересах регионов, отраслей и секторов экономики, увеличение масштабных научных и научно-технологических проектов, стимулирование интеграционных процессов в сфере науки, высшего образования и индустрии, формирование инновационной инфраструктуры. Правительство РФ в инновационной политике фокусируется на развитии таких инновационных элементов, как человеческий капитал, защита интеллектуальной собственности, инновационная среда и механизмы финансирования инновационной деятельности. Совершенствуя эти инновационные элементы, можно улучшить инновационный потенциал государства, эффективно стимулируя инновационную деятельность и развивая инновационную экономику. Применение правительством инструментов инновационной политики должно учитывать эндогенные и экзогенные факторы, оказывающие воздействие на инновационную сферу государства. Действие международных санкций изменило условия развития научно-технологического сектора России, в связи с чем возможным направлением дальнейших исследований может быть разработка концепции инновационной политики с учетом авторских рекомендаций.

Заключение

Ретроспективный анализ развития инновационной политики в России, позволил выявить, что Правительство РФ уделяет ей все больше внимания. Создание полноценной инновационной системы является долгосрочным процессом, в ходе которого инновационная политика будет требовать корректировок в связи с изменениями внешней и внутренней среды государства. В текущих условиях жестких международных санкций Россия особенно нуждается в развитии своего независимого инновационного потенциала. Дальнейшего совершенствования требуют следующие элементы инновационной политики Российской Федерации:

- в области кадровой политики следует обеспечить финансовую поддержку исследователям и вспомогательному персоналу, создавать стимулы и возможности для развития отечественных талантов и привлечения международных специалистов;

- в области инновационной среды требуется совершенствовать механизм защиты интеллектуальной собственности, обеспечивать законные экономические права и интересы инноваторов, поддерживать здоровую рыночную и институциональную среду;

- в сфере финансирования и поддержки инноваций необходимо улучшить структуру внутренних затрат на исследования и разработки за счет стимулирования привлечения большего количества средств предпринимательского сектора к НИОКР, увеличить источники финансирования инноваций за счет фондов поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности, а также усовершенствовать многоканальный механизм финансирования инноваций.

Литература

1. Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года – Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 N 2227-р (ред. от 18.10.2018). [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_123444/2f806c88991ebbad43cdaa1c63c2501dc94c14af/.

2. О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации. – Указ Президента РФ от 28.02.2024 N 145. [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_470973/.
3. Басюк А.С., Вицелярова К.Н. Признаки инновационной экономики // Экономические исследования, 2023. – № 1. – С. 12-23.
4. Васецкая Н.О. Анализ реализации стратегических документов в области научно-технологического развития России // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки, 2020. – № 4. – С. 525-533.
5. Иванов В.В. Новая научно-технологическая политика // Экономическое возрождение России, 2022. – № 3. – С. 24-28.
6. Лукоянов И.В. Инновационная политика России: история и современность // Вестник евразийской науки, 2016. – № 3. – С. 51-60.
7. Петровская Ю.А., Щекина И.В. Реализация Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 года: результаты и перспективы // Вестник НГУЭУ, 2018. – № 4. – С. 157-170.
8. Стрижакова Е.Н., Стрижаков Д.В. Развитие инновационной деятельности в Российской Федерации: проблемы и перспективы // Экономика науки, 2023. – № 2. – С. 31-46.
9. Шабудцкая Н.В., Соломатина Е.Д. Государственная инновационная политика России: история и перспективы // Лесотехнический журнал, 2015. – № 4. – С. 274-285.
10. Власова В.В., Фридлянова С.Ю. Что мешает российскому бизнесу развивать инновации? [Электронный ресурс]. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/707355866.pdf>.
11. Кузнецова И.А., Фридлянова С.Ю. Факторы роста результативности инноваций. [Электронный ресурс]. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/898321071.pdf>.
12. Наука. Технологии. Инновации: 2024: краткий статистический сборник. [Электронный ресурс]. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/886073380.pdf>.
13. Научный кадровый потенциал страны: состояние, тенденции развития и инструменты роста. [Электронный ресурс]. URL: <http://science.council.gov.ru/activity/activities/parliamentary/127381/>.
14. Национальный проект "Наука и университеты". [Электронный ресурс]. URL: https://minobrnauki.gov.ru/nac_project/.
15. Финансирование науки из средств федерального бюджета. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/>.
16. Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками (по категориям; по субъектам Российской Федерации, движение персонала). Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/>.
17. Cheng H.F., Liu Z.R., Hong C.X. Technological Innovation Investment, Intellectual Property Protection, and High-Quality Economic Development // Zhejiang Social Sciences, 2023. – V. 9. – P. 22-30.
18. Deng Z. The focus and policy ideas of the new innovative infrastructure // Study & Exploration, 2022. – V. 6. – P. 141-147.
19. He Q., Dun S. How do talent environment factors drive the agglomeration of urban innovative talents? – Qualitative comparative analysis based on configuration perspective. Scientific management research, 2024. – V. 42. – P. 155-163.
20. Pan H.P., Xu Y.H., Li H.H. Research on the Transmission Mechanism and Impact of Innovative Infrastructure Inputs on Regional Economic Development // Investment research, 2022. – V. 41. – P. 73-90.
21. Zhang Z.F. The impact of intellectual property protection on the efficiency of green innovation in enterprises // Statistics & Decision, 2023. – V. 39. – P. 184-188.

УДК 338.1

E.C. Titova

ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛЕЙ «ЗЕЛеноЙ», ЦИРКУЛЯРНОЙ И БИОЭКОНОМИКИ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

E.S. Titova

GREEN, CIRCULAR AND BIOECONOMY MODELS FEATURES TO ACHIEVE SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Ключевые слова: «зеленая» экономика, циркулярная экономика, биоэкономика, устойчивое развитие, кластеризация, ресурсы, потребление, изменение климата.

Keywords: green economy, circular economy, bioeconomy, sustainable development, clustering, resources, consumption, climate change.

Цель: изучить особенности моделей «зеленой», циркулярной и биоэкономики в контексте их общего устремления к достижению устойчивого развития экономики и обеспечению благополучия населения. Обсуждение: решение основных задач работы позволило вынести на обсуждение некоторые особенности развития моделей «зеленой», циркулярной и биоэкономики: происходит смешение понятий определения моделей, отсутствует строгая методология и разграничение технологического инструментария или особенностей его применения, не определена иерархия и взаимное определение моделей ввиду наличия общих тематических областей. Результаты: показан возрастающий исследовательский интерес к развитию «зеленой», циркулярной и биоэкономики и кратное увеличение подобного интереса за последние десять лет. По результатам анализа метаданных более двадцати тысяч тематических публикаций выявлены ключевые области изучения, основные сходства и различия рассматриваемых моделей.

Purpose: To study green, circular and bioeconomy models features in the context of their common aspiration to achieve sustainable economic development and ensure the well-being of the population. Discussion: Main objectives of the work solution allowed to bring up for discussion some features of green, circular and bioeconomy models development: there is a confusion of model definitions concepts, there is no strict methodology and differentiation of technological tools or their application features, there is no hierarchy and mutual definition of models due to the common thematic areas' presence. Results: An increasing research interest in green, circular and bioeconomy development and a multiple increase of such interest over the last ten years is shown. Based on the results of metadata analysis of more than twenty thousand thematic publications, key study areas, main similarities and differences of the models under consideration are identified.

Электронный адрес: es_fitova@inbox.ru

Введение

Существующие в мире ограничения доступа к различного рода сырьевым ресурсам, а также возрастающие проблемы антропогенного воздействия на окружающую среду стимулируют развитие технологий, которые могут способствовать улучшению ситуации. Развитие технологий позволяет не только снизить антропогенное воздействие на окружающую среду, но и обеспечить переработку и интенсификацию вовлечения в хозяйственный оборот возобновляемых ресурсов. Возрастающие общественные потребности и происходящие изменения технологического уклада приводят к переходу к новым моделям экономического развития [10]. Так, активно развиваются исследования и практические приложения биоэкономики, «зеленой» и циркулярной экономики. Анализ современного понимания дефиниций развивающихся моделей позволяет определить, что указанные модели объединяет устремление к достижению целей устойчивого развития. Вместе с этим, некоторые общие экологические, сырьевые и технологические признаки указанных моделей экономического развития в настоящее время обеспечивают их конвергенцию. Возрастающую тенденцию исследовательского интереса к изучению указанных моделей можно подтвердить результатами библиометрического анализа, проведенного по материалам отечественной (Научная электронная библиотека, НЭБ, <https://www.elibrary.ru/>) и международной (National Center for Biotechnology Information, NCBI PubMed, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/>) баз данных публикаций (рис. 1).

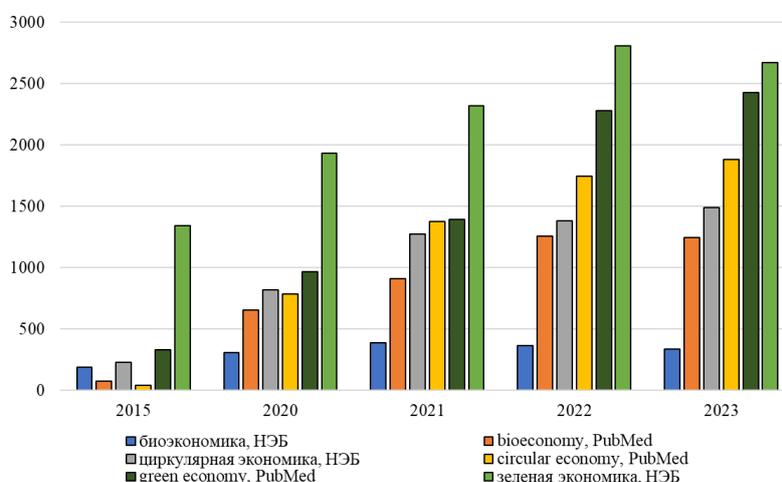


Рис. 1. Динамика количества публикаций по запросу поисковых слов «зеленая» экономика («green» есоному), циркулярная экономика (circular economy), биоэкономика (bioeconomy), 2015-2023 гг., ед.

Несмотря на существующие сходства данных моделей в направлении обеспечения благополучия населения, а также к решению организационно-экономических задач максимизации эффективности использования ресурсов, снижению последствий антропогенной деятельности для окружающей среды, модели «зеленой», циркулярной и биоэкономики отличаются. Поэтому целью настоящей работы стало изучение особенностей моделей «зеленой», циркулярной и биоэкономики в контексте их общего устремления к реализации принципов устойчивого развития экономики. Для достижения поставленной цели в исследовании решаются следующие задачи:

- провести тематический анализ литературных данных об изучаемых моделях;
- на основе анализа массивов публикаций по трем изучаемым моделям определить их тематические сходства и различия.

Методы

В работе использовались библиометрический и библиографический методы анализа. Библиометрический анализ проводили по материалам баз данных Научной электронной библиотеки (НЭБ, <https://elibrary.ru/>) и Национального центра биотехнологической информации США (National Center for Biotechnology Information, NCBI PubMed, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/>). Результаты тематического анализа литературных источников были обобщены, кластеризованы и визуализированы с использованием программного обеспечения VOSviewer (<https://www.vosviewer.com/>) на материалах базы данных NCBI PubMed [39]. Для этих целей по соответствующему поисковому запросу были найдены публикации за период 2021-2024 гг., затем отобран ряд ключевых слов, по которым осуществляли частотные поиски с последующими преобразованиями результатов в графические формы. Методический инструментарий также дополнили методы обобщения и группировки, контент-анализ отечественных и зарубежных источников литературы.

Результаты

«Зеленая» экономика. В отечественной литературе «зеленую» экономику определяют как разновидность экономической модели, ориентированной на сохранение природных ресурсов и сокращение негативного воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду (например, [8]). Также «зеленую» экономику рассматривают как новый подход к организации природопользования [11], способ повышения эффективности и экологизации экономики [8,16], систему взаимодействия природы и общества [20]. Среди технологического инструментария, который считают основной развивающейся «зеленой» экономики, можно отметить технологии производства возобновляемой (ветровой, солнечной, гидро-) и даже ядерной энергии, ресурсосберегающие технологии, технологии переработки отходов, получения продуктов питания с минимальными последствиями для окружающей среды и т.д. (например, [5]). Контент-анализ публикаций также показал, что «зеленую» экономику часто называют низкоуглеродной, поскольку концептуально она направлена на минимизацию выбросов «парниковых» газов. В зарубежной литературе, посвященной «зеленой» экономике, отдельные блоки публикаций посвящены разработкам технологий получения биотоплива (биогаз, биоэтанол, биоводород и пр.) (например, [30]), переработке отходов (например, [33]), снижению воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду и изменениям климата (например, [38]) и другим технологиям «зеленой» (экологически безопасной) химии. В целом можно отметить, что используемые определения «зеленой» экономики часто носят неоднозначный («размытый») характер, но все же обычно ее определяют как подход к организации хозяйственной деятельности, которая осуществляется в интересах благосостояния людей с минимальными негативными последствиями для окружающей среды [23,32]. Диапазон тематического каскада термина «зеленая» экономика можно подтвердить результатами проведенного анализа ключевых слов в публикациях, библиографическая кластеризация которых представлена в русифицированном виде на рис. 2.

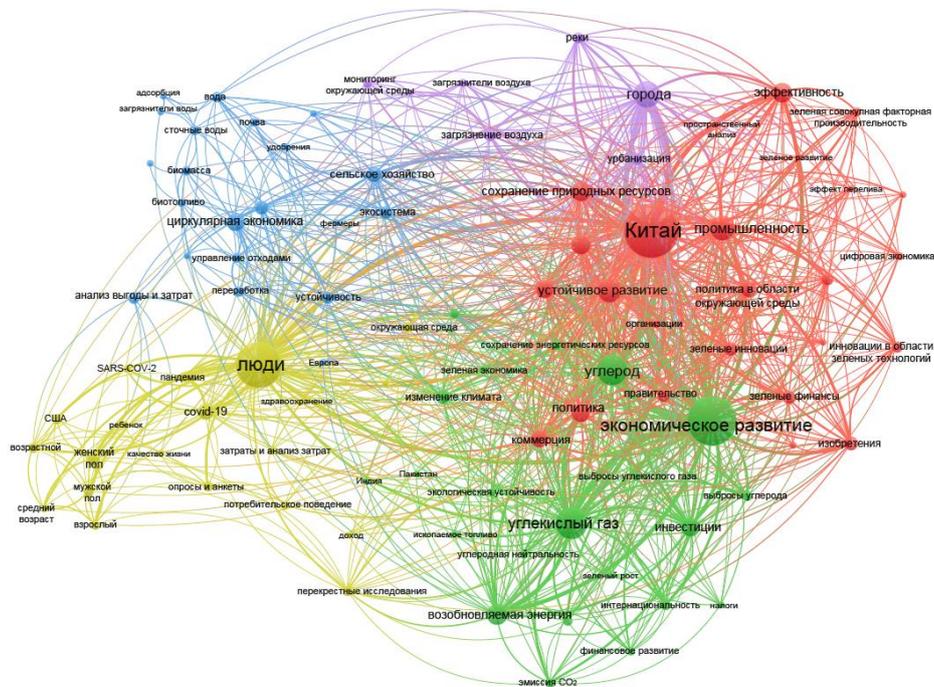


Рис. 2. Кластеризация спектра ключевых слов в публикациях по запросу ««зеленая» экономика», 2021-2024 гг.

Кластеризация проведена на основе 5899 публикаций, отобранных в базе данных NCBI PubMed по поисковым словам «green economy» за период 2021-2024 гг. С использованием программы VOSviewer в найденных публикациях было выявлено 16920 ключевых слов. После установления порогового значения ключевых слов в 50 ед. (частота встречаемости в массиве)

было отобрано для последующей визуализации 95 ключевых слов. На рис. 2 и последующих рисунках увеличение размерности шрифта ключевого слова и соответствующего узла означает объем частотности указанного слова в выборке, толщина линии обозначает тесноту связи между анализируемыми словами. Проведенный анализ позволил выделить пять основных кластеров. Первый кластер (красный) обобщает работы в области «зеленых» инноваций, финансов и технологий, проводимой политики в области охраны окружающей среды. Второй кластер (зеленый) объединяет работы по вопросам выбросов углекислого газа, достижения углеродной нейтральности, а также других аспектов, связанных с изменениями климата. Третий кластер (желтый) включает публикации по вопросам здравоохранения, перекрестные исследования, а также по вопросам изменения климата. Работы, посвященные изучению пересекающихся областей и зеленой и циркулярной экономики, вопросам управления отходами, производства биотоплива и т.д. отнесены к четвертому кластеру. Пятый кластер включает публикации по вопросам борьбы с различного рода загрязнителями окружающей среды.

Циркулярная экономика. В целом, как «зеленая» экономика, так и циркулярная экономика основаны на принципе экологичности и трансформации экономических систем в сторону более устойчивых [36]. В отечественных публикациях циркулярная экономика дифференцируется как:

- инновационная система экономических методов по оптимизации использования ресурсов, минимизации отходов (например, [2]);
- способ экологизации экономики (например, [19]);
- способ перехода к «зеленой» экономике или как альтернатива «зеленой» экономике (например, [12]);
- подход к повышению производительности экономики (например, [4]);
- подход для обобщения технологий, позволяющий использовать с целью последующей переработки в хозяйственно-ценные продукты отходов производств, повторного использования ресурсов и т.д. (например, [6]).

В зарубежной литературе под циркулярной экономикой также понимают применение технологий и организационно-экономических решений, позволяющих достигать экологических эффектов и реализовывать принципы устойчивого развития. Так, под циркулярной экономикой подразумевается устройство хозяйственной деятельности, основанной на ликвидации отходов и устранении различного рода загрязнений, вызванных хозяйственной деятельностью, использование технологий регенерации окружающей среды от последствий антропогенного воздействия, а также построение устойчивой системы хозяйственной деятельности для сохранения окружающего мира для будущих поколений [26]. Таким образом, в целом современное понимание циркулярной экономики предусматривает создание и внедрение в практическую деятельность технологий и организационных решений, позволяющих перерабатывать отходы в хозяйственно-ценные продукты с добавленной стоимостью, использовать их повторно и способствующих наиболее эффективному использованию сырьевых ресурсов в хозяйственной деятельности [6]. Циркулярную экономику также рассматривают в философском аспекте не только как механизм воспитания культуры устранения избыточного потребления, но и как способ изменения потребительского поведения в обществе [31]. Соответственно, во многих исследованиях показаны преимущества внедрения принципов циркулярной экономики для снижения изменений климата (например, [34]). Вместе с этим, область исследования циркулярной экономики охватывает и социально-экономические аспекты применяемых механизмов повышения эффективности производства и изменения подходов к потреблению [34]. Диапазон тематического каскада термина циркулярная экономика можно подтвердить результатами проведенного анализа ключевых слов публикаций, библиографическая кластеризация которых представлена на рис. 3.

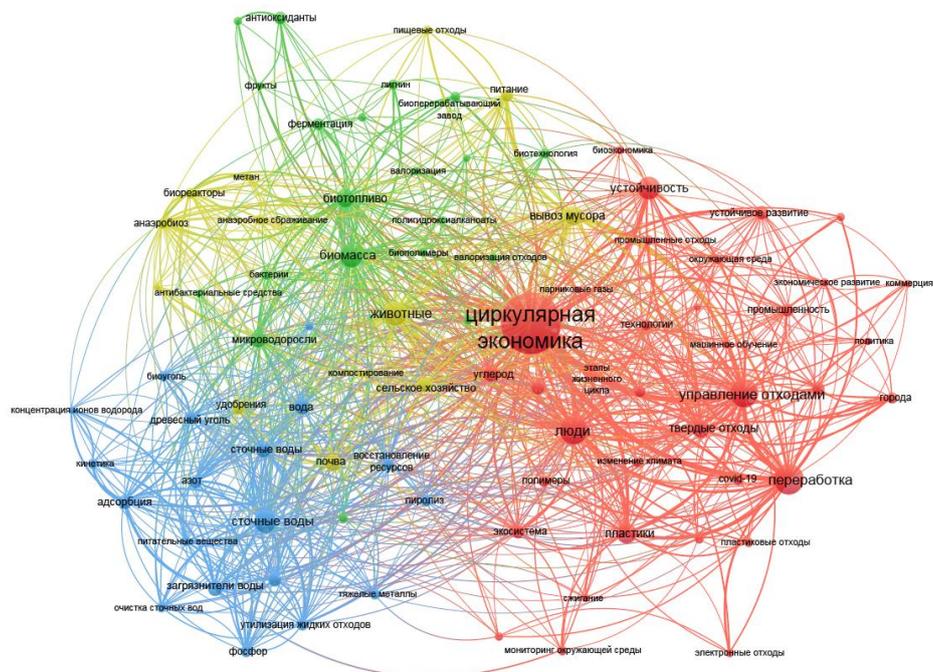


Рис. 3. Кластеризация спектра ключевых слов в публикациях по запросу «циркулярная экономика», 2021-2024 гг.

Кластеризация проведена на основе 4913 публикаций, отобранных в базе данных NCBI PubMed по поисковым словам «circular economy» за период 2021-2024 гг. С использованием программы VOSviewer в отобранных публикациях было выявлено 14677 ключевых слов. После установления порогового значения ключевых слов в 50 ед. (частота встречаемости в массиве) было отобрано для последующей визуализации 88 ключевых слов. Проведенный анализ позволил выделить четыре

основных кластера. Наибольший (красный) кластер включает работы по управлению отходами, их переработке, вопросам изменения климата, устойчивому развитию и пр. Второй кластер (синий) суммирует работы по очистке сточных вод и, например, по тематике очистки и сохранения водных ресурсов. Кластер, отмеченный желтым цветом, обобщает публикации об использовании модели циркулярной экономики в сельском хозяйстве и пищевой промышленности. Четвертый кластер (зеленый) объединяет работы по использованию биотехнологий для достижения целей экономики замкнутого цикла и производства соответствующих продуктов, например, биотоплива.

Биоэкономика. Проведенный контент-анализ показывает, что основная часть из проанализированных работ отечественных авторов касалась развития биоэкономики, возможностям использования биотехнологий, в том числе для агропромышленного комплекса и с целью переработки отходов. В ряде изученных работ наряду с развитием биоэкономики ставятся вопросы использования биоэкономической деятельности для достижения устойчивого развития, а также уделяется внимание задачам подготовки соответствующих кадров. Проведенный анализ литературных источников показал, что при детерминации понятия «биоэкономика» употребляются различные характеристики: подход, принцип, модель, концепция, отрасль экономики, новая отрасль знаний, парадигма, инструмент, драйвер современной экономики, научное предприятие, прикладная наука и т.д. Среди направлений исследований, представленных в отечественных публикациях, можно отметить следующие группы, которые посвящены:

- детерминации понятия и изучению теоретического базиса биоэкономики, ее определения как новой отрасли знания (например, [3,14]);
- общим направлениям развития биоэкономики и отраслевым особенностям применения биотехнологий (например, [9,15]);
- роли биотехнологий в достижении Целей устойчивого развития и трансформации производственной парадигмы (например, [17,18]);
- национальным аспектам формирования, функционирования и государственного регулирования биоэкономики ([1,7]);
- сопоставлениям биоэкономики с «зеленой» и циркулярной экономикой, моделированию организации хозяйственной деятельности с использованием биоэкономической, циркулярной, «зеленой» и других моделей (например, [29]);
- концепции «4Bio» (биоэтика, биоправо, биополитика и биоэкономика) (например, [22]);
- использованию биотехнологий для обеспечения ESG-трансформации (Environmental-Social-Governance) и использованию модели BCG (Bio-Circular-Green) (например, [21]);
- эволюции биотехнологий от СССР до настоящего времени, особенностям предложениям по развитию биоэкономической деятельности в регионах РФ (например, [24]).

Таким образом, отечественные исследователи подчеркивают роль биоэкономики в сохранении национальной безопасности, повышении эффективности экономики, решении экологических задач и т.д. Однако теоретико-методологический аппарат, который мог бы способствовать развитию биоэкономики, как и других изучаемых в настоящей работе моделей, представлен в массиве проанализированных публикаций весьма ограничено. Зарубежные исследователи в преобладающем большинстве публикаций при определении биоэкономики руководствуются директивными документами Европейской комиссии (ЕК) 2012 года и 2018 года [25]. В документах ЕК биоэкономику рассматривают и как часть циркулярной экономики, ориентированной на производство возобновляемых биологических ресурсов и их преобразование в жизненно важные продукты [25]. Поэтому к настоящему времени получили широкое распространение гибридные термины: «биоэкономика замкнутого цикла» или «циркулярная биоэкономика» – в случае, если речь идет об исследовании организационно-экономических и технологических аспектов повторного использования сырья [35]. Мотивом к этому в большей степени может являться и соответствующее обновление стратегии ЕК в области биоэкономики 2018 года [28]. Полученные обобщения все чаще свидетельствуют о том, что в Европейском союзе развитие биоэкономики обусловлено не столько стремлением перехода к новому технологическому укладу, сколько необходимостью развития организационно-экономических механизмов использования ограниченных ресурсов.

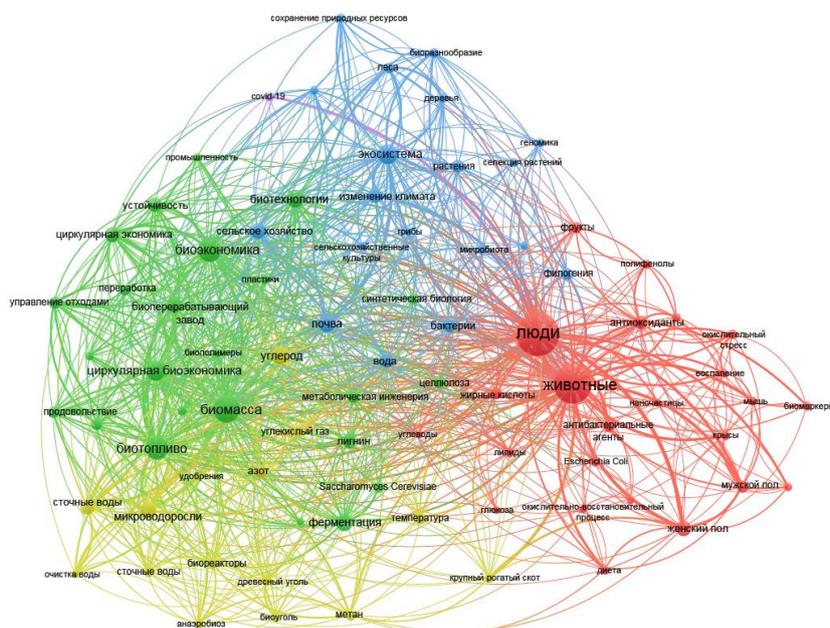


Рис. 4. Кластеризация спектра ключевых слов в публикациях по поисковому запросу «биоэкономика», 2021-2024 гг.

Европейская стратегия развития биоэкономики 2018 года также определяет ее как метасектор, который «охватывает все секторы и системы, зависящие от биологических ресурсов (например, растений и производной биомассы, включая органические отходы), их функции и принципы» [27]. Однако в работе Смит-Холл К. с соавт. [37] отмечается обширный диапазон тематических вариаций исследований в области биоэкономики, в том числе ее теоретических аспектов, и выдвигается предположение о необходимости формулирования более объемного определения биоэкономики ввиду приращения количества и качества биоэкономических решений с течением времени. Диапазон тематического каскада термина биоэкономика можно подтвердить результатами проведенного анализа ключевых слов в публикациях, библиографическая кластеризация которых представлена на рис. 4. Кластеризация проведена на основе 3385 публикаций, отобранных в базе данных NCBI PubMed, по поисковому слову «биоэкономu» за период 2021-2024 гг. С использованием программы VOSviewer в отобранных публикациях было выявлено 13062 ключевых слова. После установления порогового значения ключевых слов в 30 ед. (частота встречаемости в массиве) было отобрано для последующей визуализации 83 ключевых слов. Порог частотности ключевого слова для визуализации результатов изучения массива публикаций в области биоэкономики был снижен для увеличения количества ключевых слов на рис. 4. Проведенный анализ позволил выделить четыре основных кластера. Первый кластер (красный) объединяет работы по изучению белков и специальных биологических агентов, которые могут способствовать обеспечению благополучия человека, в том числе через их использование в здравоохранении. Второй кластер (желтый) суммирует, в основном, работы по вопросам очистки сточных вод с использованием методов микробной биотехнологии. Ключевые слова, которые отнесены к третьему кластеру (зелену) связаны с организационно-экономическими аспектами развития биоэкономики, экономики замкнутого цикла, управления отходами, производства хозяйственно-ценных продуктов из возобновляемого сырья – биомассы (биотопливо, биополимеры и пр.). Четвертый кластер (синий) обобщает работы, которые изучают использование биотехнологий для поддержания экосистем и их использование для предотвращения изменений климата.

Обсуждение

Результаты изучения больших данных из массивов публикаций, посвященных «зеленой», циркулярной и биоэкономике позволили выявить тематические направления, которые являются общими для вышеперечисленных моделей организации экономической деятельности. Обобщенные результаты изучения перекрывающихся тематических областей представлены на рис. 5.



Рис. 5. Сопряжение тематических областей «зеленой», циркулярной и биоэкономики

Таким образом, становится очевидно, что все изучаемые модели ориентированы на сохранение окружающей среды, устранение различных загрязнителей, использование в хозяйственной деятельности возобновляемого сырья. А в целом все три модели устремлены в сторону достижения благополучия человека. Вместе с эти, изучаемые модели имеют и ряд отличий. Прежде всего, рассматриваемые в настоящей работе модели можно разделить по технологическому инструментарию. Так, модель «зеленой» экономики включает не только использование топлива и энергии с низким углеродным следом, полученного из возобновляемого сырья, но и солнечной, а также энергии ветра. Циркулярная экономика в большей степени ориентирована на применение технологий, позволяющих возвращать отходы производства и потребления в производственный цикл. В отличие от «зеленой» и циркулярной экономики, биоэкономика предполагает использование биотехнологий – преобразующих технологий для решения различных задач хозяйственной деятельности. Например, развитие биоэкономики направлено на решение технологических задач пищевой промышленности, интенсификации сельского хозяйства, медицины и здравоохранения, внедрение постгеномных технологий. Рассматриваемые в данной работе модели отличаются и по организационно-экономическим инструментам. Существенным условием функционирования модели циркулярной экономики является наличие кооперационных связей между участниками хозяйственной деятельности. Для «зеленой» экономики в большей степени требуется развитие налоговых, тарифных инструментов, а также существенные инвестиции в модернизацию основных средств – для повышения экологической эффективности экономики. Приоритетным организационно-экономическим инструментарием биоэкономики являются механизмы увеличения разработки и интеграции в хозяйственную деятельность технологических инноваций, преобразующих технологий. Отдельно стоит отметить, что развитие сотрудничества между научными, образовательными организациями и организациями реального сектора экономики, приращение человеческого капитала являются значимыми условиями развития всех трех изучаемых моделей.

Вместе с этим результаты проведенного контент-анализа научных публикаций показывают отсутствие строгого определения и описания методологии изученных моделей. А главное, отсутствует контур детерминации используемых в моделях технологий, по которым возможно осуществить разграничение моделей. По этой причине биоэкономика, циркулярная экономика и «зеленая» экономика в литературе часто рассматриваются как синонимы, происходит смешение понятий определения моделей (например, [13]). Возникают гибридные определения, например, «зеленая» биоэкономика, «циркулярная биоэкономика». Более того, отсутствует иерархическая расстановка моделей и их определение по отношению друг к другу в условиях выявленного тематического сопряжения. Например, биоэкономика часто рассматривается как часть «зеленой», хотя концептуально решает задачи, которые выходят за рамки концепции «зеленой» экономики в современном понимании. Поэтому в настоящее время изученные модели можно в большей степени рассматривать как сопряженные, пересекающиеся в решении отдельных практических задач.

Заключение

Изменение производственной парадигмы, усиление общемировой конкуренции за получение и эффективное использование ресурсов, постоянно нарастающие проблемы воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду и, соответственно, благополучие населения требуют изменения подходов к организации экономической деятельности. Развитие технологий, позволяющих активно вовлекать в хозяйственный оборот невозможных к использованию ранее ресурсов, появление механизмов интенсификации взаимодействия участников хозяйственной деятельности, разработка доступных технологий использования возобновляемого сырья, и повышение внимания к экологической ситуации в мире привели к появлению новых моделей организации хозяйственной деятельности. Рассмотренные в настоящей работе новые модели организации хозяйственной деятельности – «зеленая», циркулярная и биоэкономика имеют очевидные и тематические пересечения и схожие элементы целеполагания. Результаты библиографического и контент-анализа позволили продемонстрировать общие тематические направления указанных моделей, а также дифференцировать их отличия. Выявленные особенности указанных моделей могут способствовать развитию их методологий и детерминации в России.

Литература

1. Ахметзянова Р.Р. Проблемные аспекты биоэкономики в России // Материалы II Международного молодежного юридического форума «Law Afterknown: право за гранью обыденного» (Тюмень, 18–21 мая 2023 года). – Тюмень: ТюмГУ-Press, 2023. – С. 333-338.
2. Бекмурзаева Р.Х., Джандарова Л.Х. Концепция циркулярной экономики в контексте обеспечения устойчивого развития экономики региона // Журнал прикладных исследований, 2022. – Т. 9. – № 6. – С. 824-830.
3. Бобылев С.Н., Михайлова С.Ю., Кирюшин П.А. Биоэкономика: проблемы становления // Экономика. Налоги. Право, 2014. – № 6. – С. 20-25.
4. Варавин Е.В., Маковецкий М.Ю., Комарова А.С. Проблемы обеспечения перехода к экономике замкнутого цикла // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Сер. 1: Экономика и управление, 2022. – № 1. – С. 42-51.
5. Вегнер-Козлова Е.О. Взаимодействие стран БРИКС в сфере «зеленой» экономики // Вестник Академии знаний, 2022. – № 51. – С. 68-75.
6. Галимулина Ф.Ф., Шинкевич М.В., Зарайченко И.А. Наилучшие доступные технологии в современной экономике: основа импортозамещения и инструмент перехода к циркулярной экономике // Вестник университета, 2022. – № 11. – С. 113-120.
7. Герцик Ю.Г., Петренко Е.С., Притворова Т.П. Развитие биоэкономики и биотехнологий в странах Евразийского экономического союза как перспективное направление научно-производственной интеграции // Экономика Центральной Азии, 2022. – Т. 6. – № 1. – С. 47-64.
8. Гишкаева Л.Л., Тумаев Т.Р. «Зеленая экономика» как основной тренд современного развития эффективной экономики // Экономика и бизнес: теория и практика, 2023. – № 8. – С. 65-68.
9. Забайкин Ю.В., Бураев Ф.В., Машкин Д.М. Биоэкономика как приоритетное направление развития экономики // Экономика: вчера, сегодня, завтра, 2023. – Т. 13. – № 4-1. – С. 263-270.
10. Замятина М.Ф. Проблемы и перспективы устойчивого развития российских регионов в контексте геополитической турбулентности // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития, 2023. – № 1. – С. 27-39.
11. Каранда А.В., Митина Н.Н. «Зеленая» экономика как новая парадигма экономики природопользования в контексте имплементации концепции Good Governance // Инновации и инвестиции, 2023. – № 8. – С. 354-360.
12. Лисица М.И., Хутиева Е.С., Дорошенко О.А. и др. Циркулярная экономика как альтернатива зеленой экономике // Сборник докладов Международной научно-практической конференции для представителей сообщества молодых инженеров ТЭК «Развивая энергетическую повестку будущего» (Санкт-Петербург, 10–11 декабря 2021 года). – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина), 2021. – С. 255-258.
13. Лоскутова М.А., Алексеева А.Н. Циркулярная («зеленая») экономика – угроза экономики или обеспечение безопасности? // Вопросы экономики и права, 2022. – № 173. – С. 51-56.
14. Максимцев И.А., Сулейманкадиева А.Э., Фомичева Н.М. и др. Теория и практика развития биоэкономики: инновации, цифровизация, трансформация... – СПб: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – 154 с.
15. Маликова А.М. Биотехнологии для повышения ценности побочных продуктов переработки // Сборник тезисов IV национальной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Холодильная техника и биотехнологии» (Кемерово, 01–03 декабря 2022 года). – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2023. – С. 138-139.
16. Орлова О.Н. Экологизация сельского хозяйства Республики Алтай в контексте концепции «зеленой» экономики // Управленческий учет, 2021. – № 2-1. – С. 114-118.
17. Парфиненко Т.В., Суворова Л.А. Устойчивое развитие предприятий: концептуальный подход в условиях импортозамещения // Вестник Челябинского государственного университета, 2023. – № 3. – С. 193-204.
18. Пипия Л.К., Дорогокупец В.С. Устойчивая биоэкономика: вопросы стратегии // Наука за рубежом, 2019. – № 84. – С. 1-44.
19. Попова Е.В. Экологизация экономики: практические аспекты перехода к бизнес-модели циркулярной экономики // Современные аспекты экономики, 2021. – № 4. – С. 15-22.
20. Рыженков А.Я. О месте концепции «зеленой» экономики в системе других учений о взаимодействии природы и общества // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России, 2023. – № 3. – С. 95-101.
21. Сухарева М.А., Ленков И.Н., Фокин Н.С. От концепции устойчивого развития к ESG- и BCG-концепциям в государственном управлении: критический анализ концептуально-терминологического поля // Вестник Московского университета. Сер. 21: Управление (государство и общество), 2023. – Т. 20. – № 2. – С. 46-67.
22. Тарханова А.В. Биоэкономика как составляющая 4bio: подходы к пониманию и реалии нормативно-правового регулирования в России // Материалы II Международного молодежного юридического форума «Law Afterknown: право за гранью обыденного» (Тюмень, 18–21 мая 2023 года). – Тюмень: ТюмГУ-Press, 2023. – С. 487-491.
23. Хыдыров А. Зеленая экономика: определение и значение // Вестник науки, 2023. – Т. 2. – № 3. – С. 67-70.
24. Ярош О.Б., Кобечинская В.Г. Перспективы развития аквакультурного хозяйства в Республике Крым на принципах биоэкономики // Экономика строительства и природопользования, 2020. – № 2. – С. 24-33.
25. A sustainable bioeconomy for Europe. Strengthening the connection between economy, society and the environment: updated bioeconomy strategy. [Электронный ресурс]. – URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/edace3e3-e189-11e8-b690-01aa75ed71a1/>.
26. Feldman J., Seligmann H., King S. et al. Circular economy barriers in Australia: How to translate theory into practice? // Sustainable Production and Consumption, 2024. – V. 45. – P. 582-597.
27. Gottinger A., Ladu L., Blind K. Standardisation in the context of science and regulation: An analysis of the Bioeconomy // Environmental Science & Policy, 2023. – V. 147. – P. 188-200.
28. Gould H., Kelleher L., O'Neill E., Trends and policy in bioeconomy literature: A bibliometric review // EFB Bioeconomy Journal, 2023. – V. 3. – P. 100047.
29. Kardung M., Cingiz K., Costenoble O. и др. Развитие циркулярной биоэкономики: движущие факторы и показатели // Экономика природопользования, 2022. – № 3. – С. 60-97.
30. Kiehadroudzinezhad M., Merabet A., Ghenai C. et al. The role of biofuels for sustainable MicrogridsF: A path towards carbon neutrality and the green economy // Heliyon, 2023. – V. 9. – P. e13407.

31. Luukkonen B., Närvänen E., Becker L. Consumer collectives in the circular economy: A systematic review and research agenda // *Sustainable Production and Consumption*, 2024. – V. 45. – P. 281-293.
32. Merino-Saum A., Clement J., Romano Wyss R. et al. Unpacking the Green Economy concept: A quantitative analysis of 140 definitions // *Journal of Cleaner Production*, 2020. – V. 242. – P. 118339.
33. Nandy S., Fortunato E., Martins R. Green economy and waste management: An inevitable plan for materials science // *Progress in Natural Science: Materials International*, 2022. – V. 32. – P. 1-9.
34. Pomoni D.I., Koukou M.K., Michail Gr. Vrachopoulos M.G. et al. Circular economy: A multilevel approach for natural resources and wastes under an agri-food perspective // *Water-Energy Nexus*, 2024. – V. 7. – P. 103-123.
35. Sadhukhan J., Martinez-Hernandez E., Allieri M.A.A. et al. Strategic navigation of world-leading biorefineries and Mexico's policy landscape: A gateway to a sustainable circular bioeconomy // *Journal of Cleaner Production*, 2024. – V. 434. – P. 140386.
36. Santeramo F.G. Circular and green economy: the state-of-the-art // *Heliyon*, 2022. – V. 8. – P. e09297.
37. Smith-Hall C., Piplani M., Pyakurel D. Theorising and analysing the forest-based bioeconomy through a global production network lens // *Forest Policy and Economics*, 2024. – V. 159. – P. 103128.
38. Song D., Yu J., Wang M. et al. Advancing recycling of spent lithium-ion batteries: From green chemistry to circular economy // *Energy Storage Materials*, 2023. – V. 61. – P. 102870.
39. van Eck N.J., Waltman L. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping // *Scientometrics*, 2010. – V. 84. – P. 523-538.

УДК 338.45

Т.О. Толстых, А.А. Гераскина, К.А. Щелчков

**ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИКИ ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА В РОССИИ
НА ЭТАПЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ**

T.O. Tolstykh, A.A. Geraskina, K.A. Shchelchkov

**PROSPECTS FOR A CIRCULAR ECONOMY IN RUSSIA
AT THE PHASE OF GLOBAL CHALLENGES**

Ключевые слова: замкнутый цикл, циркулярная экономика, глобальные вызовы, промышленная политика, ресурсоэффективность, доступные технологии, санкционное давление, экономические вызовы.

Keywords: closed cycle, circular economy, global challenges, industrial policy, resource efficiency, available technologies, sanctions pressure, economic challenges.

Цель: исследовать перспективы развития экономики России в условиях замкнутого цикла и выявить возможные стратегии преодоления глобальных экономических вызовов для обеспечения устойчивого экономического роста и развития страны. Обсуждение: в данной статье определяются перспективы экономики замкнутого цикла (ЭЦ), сформированные как ответ на современные глобальные вызовы. Рассмотрены современные подходы к определению понятия «Экономика замкнутого цикла», определены различия между линейной экономической моделью и моделью экономики замкнутого цикла, определены принципы развития циркулярной экономики. На основании представленной в европейской литературе методики разделения тенденций ЭЦ на макро-, мезо- и микроуровни, а также национальных подходов к регулированию ЭЦ выделены перспективы экономики замкнутого цикла в России в условиях глобальных экономических вызовов. Результаты: авторы резюмируют: хотя в России также присутствуют тенденции циркулярной экономики, представленные в европейской литературе, упор делается на стимулировании компаний, отраслей и регионов внедрять технологии, способные поддерживать принципы ЭЦ.

Purpose: to explore the prospects for the development of the Russian economy in a closed cycle and identify possible strategies to overcome global economic challenges to ensure sustainable economic growth and development of the country. Discussion: this article defines the prospects of the circular economy (CE), formed as a response to modern global challenges. Modern approaches to the definition of the concept of "Closed-loop economy" are considered, the differences between the linear economic model and the closed-loop economy model are determined, the principles of the development of the circular economy are determined. Based on the methodology presented in the European literature for dividing CE trends into macro, meso and world levels, as well as national approaches to regulating CE, the prospects for a closed-cycle economy in Russia in the context of global economic challenges are highlighted. Results: the authors summarize: although in Russia there are also trends in the circular economy, as presented in the European literature, the emphasis is on encouraging companies, industries and regions to introduce technologies that can support the principles of CE.

Электронный адрес: 2121535@bk.ru

Введение

В условиях современного мира, где проблемы экологии, устойчивого развития и эффективного использования ресурсов становятся все более актуальными, концепция экономики замкнутого цикла приобретает особое значение. Россия, как крупная индустриальная держава, также сталкивается с вызовами, связанными с необходимостью перехода к устойчивой модели потребления и производства. В данной статье мы рассмотрим перспективы развития экономики замкнутого цикла в России в контексте глобальных вызовов. Анализируя текущее положение и потенциал страны, мы выявим возможности и направления для создания устойчивой и эффективной экономической системы, способствующей сохранению окружающей среды и обеспечению благополучия населения. Замкнутый цикл позволяет странам обеспечить устойчивое экономическое развитие, минимизировать влияние других стран на внутреннюю экономику и снизить уязвимость перед мировыми финансовыми кризисами. В то же время, реализация данной модели требует определенных усилий со стороны государства, бизнеса и общества в целом.

Методы

В наше время вопросы экологической безопасности и устойчивого развития приобретают все большую значимость для предпринимательства. Важным способом уменьшения вредного влияния производства на состояние окружающей среды считается идея экономики замкнутого цикла, основанной на уменьшении объема отходов и максимальной переработке ресурсов. Использование фирмами модели экономики замкнутого цикла способствует повышению производительности, снижению экологического воздействия и обеспечению долгосрочного развития бизнеса. Рассмотрим подходы к определению понятия ЭЦ, представленные различными источниками (табл. 1).

Таблица 1

Подходы к определению понятия «Экономика замкнутого цикла»

| Определение | Источник |
|---|--|
| Экономика замкнутого цикла – это инновационный подход к экономике, который изменяет модели производства и потребления, основываясь на принципах экосистемы и стремясь к восстановлению ресурсов. Она направлена на повышение устойчивости, устранение отходов и создание общей ценности за счет расширенного обращения материальных и нематериальных ресурсов [15]. | Преобразующая экономика |
| Некоторые авторы определяют экономику замкнутого цикла как подход, направленный на отделение экономического роста от использования природных ресурсов и экосистем путем более эффективного использования этих ресурсов. Он фокусируется на максимизации эффективности использования ресурсов и минимизации отходов [15]. | Отделение экономического роста от использования ресурсов |

| Определение | Источник |
|---|---|
| Многие авторы определяют экономику замкнутого цикла, уделяя особое внимание тому, как управляются материальные ресурсы. Она представляет собой стратегию развития, которая максимизирует эффективность использования ресурсов и сводит к минимуму отходы. Этот подход подчеркивает «цикличность» ресурсов и переход к восстановительной экономике [15]. | Ресурсоориентированные определения |
| Экономика замкнутого цикла также определяется как экономическая модель, которая предполагает модернизацию производственных процессов и круговорот материалов с целью сокращения расхода энергии и сырья. Она тесно связана с промышленной экологией и направлена на обеспечение баланса между экономическим развитием и охраной окружающей среды и ресурсов [14]. | Модернизация промышленности и экономики |
| Это состояние производства и продажи продукции**, при котором материальные и стоимостные структуры организованы таким образом, что **обеспечивают стабильную и высокую эффективность работы предприятия [15]. | Повестка на XXI век и цели устойчивого развития |
| Тип экономики, противопоставляющийся традиционной «линейной» экономике с ее негативным воздействием на окружающую среду, большими отходами, загрязнениями и потерями [2]. | С.Н. Бобылев |

Рассмотренные подходы к определению экономики замкнутого цикла подчеркивают ее преобразующий, ресурсоориентированный и восстановительный характер, а также ее нацеленность на отделение экономического роста от использования ресурсов и максимизацию эффективности использования ресурсов. Цель экономики замкнутого цикла – совместное создание ценности благодаря эффективному и долгосрочному использованию материальных и нематериальных ресурсов. В табл. 2 рассмотрим основные принципы развития ЭЗЦ [2].

Таблица 2

| Принципы развития экономики замкнутого цикла | |
|--|---|
| Принцип | Характеристика |
| Минимизация отходов и их использования как ресурса – планирование и «проектирование» | На этапе планирования выпуска продукции важно учитывать возможность «замыкания» технологий. Это должно происходить на стадии проектирования: необходимо использовать подходящие материалы, а также рассчитывать срок службы изделий с учётом их будущего применения. Иногда такой подход к проектированию называют эко-дизайном или, более точно, проектированием с учётом требований к окружающей среде. |
| Приоритет возобновляемых ресурсов | Приоритет в производстве должен быть сосредоточен на нетоксичных ресурсах с целью рециркулирования и минимизации вреда окружающей среде. |
| Увеличение сроков службы | Наиболее длительная поддержка ценности и использование продукции и ее компонентов в трансформациях и различных материалах в экономическом обороте. |
| Максимизация эффекта декарпинга | Повышении продуктивности ресурсов при сокращении отходов и предотвращении загрязнения. |
| Комплексный подход и поддержка | Совместная деятельность во всей цепочке поставок. Поощрение бизнеса государством по различным вопросам деятельности предприятия в рамках ЭЗЦ. |
| Совместное участие государства, бизнеса и общества. Ответственное потребление | Понимание населением принципов ЭЗЦ и готовность внедрения программ по, например, рециркуляции отходов. Совместная разработка программ и инициатив по развитию ЭЗЦ и готовность идти на уступки, при необходимости. |
| Широкий территориальный охват | Расширение территории компаний, вовлеченных в ЭЗЦ на уровнях и городов, и целых регионов. Объединение предприятий в интеграции с целью экологизации производства. |
| Включение цифровых технологий | Поддержание мирового уровня с точки зрения информатизации и использования инноваций, что способствует и повышению имиджа, и мирового рейтинга. |

Как видно из табл. 2, в настоящее время принципы экономики замкнутого цикла распространяются на разные сферы деятельности промышленных предприятий и способствуют не просто уходу от линейной экономики, а всестороннему развитию предприятия в современных рыночных условиях. Кроме того, осведомленность общественности о принципах ЭЗЦ влияет на имидж предприятий, так как внедрение принципов компаниями означает готовность к адаптации к меняющимся условиям. Следовательно, экономика замкнутого цикла представляет собой новую экономическую модель, заменяющую линейную, построенную по принципу «брать, производить, использовать, утилизировать», которая преобладает в современной промышленности (рис. 1).

Применение линейной модели наносит ущерб окружающей среде и не создает возможности для переработки отходов. Внедрение принципов ЭЗЦ в деятельность предприятий и контроль со стороны государств может способствовать широкому распространению модели экономики замкнутого цикла и снизить вред экологии, хотя требует и немалых ресурсов для реализации.



Рис. 1. Линейная экономическая модель

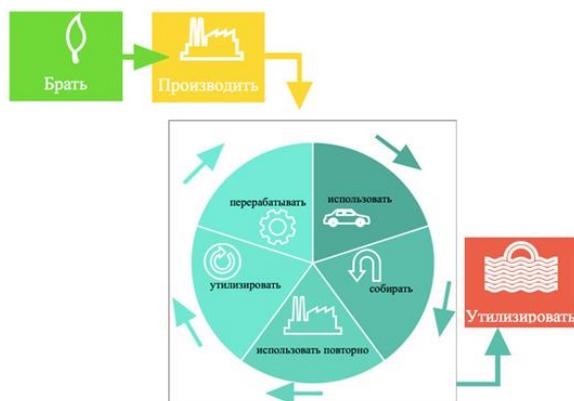


Рис. 2. Модель экономики замкнутого цикла

Как видно из рис. 2, при модели ЭЗЦ, этап использования ресурсов преобразовывается в цикл, направленный на минимизацию отходов для утилизированная. Он может быть выполнен как одним предприятием, так и объединением компаний в различные виды интеграций (промышленные симбиозы, кластеры, экопромышленные парки и т.д.), направленных на реализацию принципов экономики замкнутого цикла. Для сравнения российских и зарубежных тенденций в области ЭЗЦ, необходимо также определить ее характеристики в литературе разных стран. Так, согласно данным Департамента многостороннего экономического сотрудничества Минэкономразвития России, экономика замкнутого цикла в России регулируется следующими подходами [1].

Таблица 3

Национальные подходы к регулированию ЭЗЦ

| Подход | Характеристика |
|---|--|
| Необходимость системных изменений | Необходимо в корне пересмотреть основные привычки, образ мысли и методы ведения бизнеса в стране, а также донести до людей суть этих изменений. Важно, чтобы люди осознали необходимость адаптации к глобальным экономическим вызовам. |
| Вовлечение государства, бизнеса и населения | С одной стороны, потребители заинтересованы в экологически чистых продуктах. С другой стороны, компании могут предложить такую продукцию благодаря инновациям и новым бизнес-моделям. Наконец, государство поддерживает развитие экономики замкнутого цикла и обеспечивает её законодательное регулирование. |
| Государство выступает агентом изменений | Стимулирует переход к экономике замкнутого цикла. Например, с помощью инструментов: – Стратегические инициативы Правительства до 2030 г.; – Система управления твердыми коммунальными отходами (Указ Президента РФ № 474 от 21.07.2020) - задача к 2030 г. обеспечить 100% сортировки твердых коммунальных отходов; – Расширенная ответственность производителя (механизм РОП внедрен с 2015 г. - ФЗ № 458 от 29.12.2014), где отражены правила для повышения мотивации компаний инвестировать в инфраструктуру сбора, переработки отходов для возвращения вторичного сырья в оборот. |
| Стимулы к переходу на ресурсоэффективное и экологичное производство | – Внедрение принципов наилучших доступных технологий; – Совершенствование системы госзакупок. |

Как видно из табл. 3, национальные подходы к регулированию экономики замкнутого цикла в современной России обусловлены необходимостью внедрения изменений в существующую линейную экономику через изменение образа мышления населения и формирования бизнес-подходов. Достижение такого понимания разными участниками взаимоотношений в рамках ЭЗЦ может стать ключом для развития новой экономической системы, хотя и существуют следующие факторы недоверия: неопределённость касательно экономических выгод, логистические трудности, недостаточное понимание экологических проблем и другие. Однако, указанные в таблице стимулы к переходу на производство более ресурсоэффективное могут сподвигнуть компании на внедрение изменение в собственной деятельности или на объединение в разные виды интеграций в рамках экономики замкнутого цикла. В табл. 4 выделим основные черты современной экономики замкнутого цикла экономики в России [3].

Таблица 4

Черты современной ЭЗЦ в России

| Черта | Характеристика |
|---|--|
| Соответствие целям устойчивого развития (ЦУР) | Появление новых стратегий, встраивание в систему стратегического планирования. Наиболее актуальные цели устойчивого развития: № 6 «Чистая вода и санитария», № 7 «Доступная и чистая энергия», № 8 «Экономика», № 12 «Модели потребления и производства» – включены в «Повестку 2030». |
| Адаптация зарубежных индикаторов | – Индикаторы ООН в рамках целей устойчивого развития; – Индикаторы Всемирного Банка (например, эколого-экономические индикаторы, Краткий зеленый справочник, индикаторы «зеленого роста»); – Мониторинг экономики замкнутого цикла Еврокомиссии. |

| Черта | Характеристика |
|-------------------------------------|---|
| Создание собственных индикаторов | <ul style="list-style-type: none"> – Показатели ресурсоэффективности по отраслям экономики; – Индикаторы ресурсоэффективности экономики в целом; – Показатели эффективности потребления; – Образование и обращение отходов производства и потребления; – Индикатор материалоемкости. |
| Структуризация потребления ресурсов | Формула структуризации объемов потребления природных ресурсов, учитывая технологическую эффективность и отходов, что способствует оптимизации использования ресурсов и снижению отходов. |
| Ответ на глобальные вызовы | Необходимость импортозамещения и адаптации под санкционное давление. |

Таким образом, основные особенности современной экономики замкнутого цикла в России представляют собой комплекс параметров, которые определяют направление развития экономики. В этот комплекс входят как зарубежные группы индикаторов, так и те, что были разработаны внутри страны, а также те, которые соответствуют актуальным экономическим трендам. С помощью представленных индикаторов возможен анализ деятельности экономики в рамках ЭЗЦ.

Результаты

Для проведения сравнения рассмотрим черты современной циркулярной экономики в Европе, а затем сделаем сравнительную характеристику, выделив основные отличия выделенных тенденций [13].

Таблица 5

Тенденции современной циркулярной экономики в Европе

| Тенденция | Характеристики |
|---------------|--|
| Макро-уровень | <ul style="list-style-type: none"> – Экологическая эффективность; – Система «затраты-выпуск отходов»; – Инструменты политики, оказывающие влияние на развитие ЭЗЦ в современных экономиках; – Проблемы ЭЗЦ: отсутствие образовательных программ по ЭЗЦ для граждан, недостаточная развитость технологий по переработке отходов); – Концептуальные модели внедрения критериев ЭЗЦ в государственные закупки с целью перехода фирм от линейного поведения к поведению ЭЗЦ; – Интегрированная система управления отходами; – Разделение «инженерных» (переработка химических веществ, устойчивый продукт и анализ жизненного цикла) и «экономических» (циклические бизнес-модели, анализ заинтересованных сторон) научных исследований [9-12]. |
| Мезо-уровень | <ul style="list-style-type: none"> – Промышленная экология; – Взаимосвязь ЭЗЦ и промышленных симбиозов; – Связь между промышленной экологией и экономикой замкнутого цикла; – Концепции кластеров и промышленных симбиозов на уровне регионов; – Взаимосвязь промышленной экологии и ЦУР; – Разделение «инженерных» (экопромышленные парки, промышленная экология и промышленный метаболизм) и «экономических» (цепочка поставок и расширенная ответственность производителя) научных исследований [7,8]. |
| Микро-уровень | <ul style="list-style-type: none"> – Экодизайн и редизайн; – Циклическая бизнес-модель (переработка и продлении срока службы материалов и изделий); – Перепрофилировании упаковок и продуктов; – Реакция покупателей на продукцию в рамках ЭЗЦ; – Разделение «инженерных» (законодательство по обращению с отходами) и «экономических» (национальные и региональные планы ЭЗЦ) научных исследований [16,17,18]. |

Как видно из табл. 5, основные тенденции в Европе в рамках ЭЗЦ разделяются на макро-, мезо- и микроуровне. Общей чертой каждого уровня является разделение научных исследований на инженерные и экономические, что способствует более четкому пониманию самого исследования. Тенденции на макроуровне направлены на повсеместное внедрение концепции экономики замкнутого цикла и предложение возможностей повышения ресурсоэффективности. На мезо-уровне тенденции представляют собой понимание взаимосвязей между ЭЗЦ и интеграциями предприятий, с помощью которых возможен переход на эту модель экономики. На микроуровне тренды представлены более узкими концепциями и решениями, которые предприятия могут внедрять в собственную работу для деятельности в рамках ЭЗЦ, а также анализом существующих локальных проектов.

Характерной чертой различия современных российских и европейских тенденций в области экономики замкнутого цикла – это отличие в способах отображения информации по самим тенденциям: в отечественной литературе делается упор на стандартизацию и анализ в рамках ЭЗЦ, когда в европейской – на разделение их по уровням и минимизацию связи между этими уровнями для более углубленного представления. В различных европейских странах стандартизация присутствует на государственных уровнях, не глобальных. Однако, вследствие большого количества промышленных предприятий и широкой территориальной протяженности России необходимо разделение тенденций по уровням и выделение будущих трендов, исходя из Стратегии научно-технического развития и приоритетных направлений проектов технологического суверенитета и проектов структурной адаптации экономики страны. Следуя данным Федерального закона от 31.12.2014 N 488-ФЗ (ред. от 24.07.2023) «О промышленной политике в Российской Федерации», Указа Президента РФ о Стратегии научно-технологического развития РФ, Концепции технологического развития на период до 2030 года, Национального проекта «Экология», Федерального проекта «Внедрение наилучших доступных технологий» и др., а также сложившихся тенденций в рамках экономики замкнутого цикла, разделим перспективы ЭЗЦ на макро, мезо, и микроуровнях [4,5,6].

Перспективы экономики замкнутого цикла России по уровням

| Уровень | Вызовы | Ответы на вызовы | Перспективы |
|---------------|--|---|---|
| Макро-уровень | <ul style="list-style-type: none"> – Дисбаланс между спросом и предложением на мировых рынках (энергоресурсов, металлов, удобрений, продовольствия); – Медленные темпы инновационного развития экономики; <ul style="list-style-type: none"> – Санкции; – Проблемы с экологией (загрязнение воздуха, переработка отходов, климатические изменения и т. д.). | <ul style="list-style-type: none"> – Формирование Государственных фондов развития промышленности; – Внедрение наилучших доступных технологий; – Применение сквозных технологий, в том числе искусственного интеллекта; – Привлечение профессиональных инженерно-технических кадров; – Создание инфраструктуры для научных исследований; – Формирование эффективной системы управления в области науки, технологий и производства. | <ul style="list-style-type: none"> – Возможность создания устойчивой и экологически чистой экономики; – Уменьшение зависимости от импорта сырья; – Снижение выбросов вредных веществ – Создание новых рабочих мест в сфере переработки отходов и развитию инновационных технологий. |
| Мезо-уровень | <ul style="list-style-type: none"> – Сниженная инновационная активность корпораций в сфере технологических инноваций; – Разрыв производственных цепочек в сфере технологий; – Недостаток инфраструктуры для сбора и переработки отходов в регионах; – Низкая осведомленность регионов и работников корпораций о принципах ЭЗЦ. | <ul style="list-style-type: none"> – Финансовая поддержка субъектов в сфере промышленности; – Повышение венчурных инвестиций на реализацию инновационных проектов в сфере технологий; – Смена условий деятельности бизнеса в сфере технологических инноваций; – Повышение мотивации корпораций для разработки и внедрения технологий; <ul style="list-style-type: none"> – Локализация производств в высокотехнологичных отраслях; – Информационно-консультационная поддержка субъектов деятельности в сфере промышленности. | <ul style="list-style-type: none"> – Возможность развития инфраструктуры для сбора, переработки и повторного использования отходов. – Возможность создания специализированных предприятий, обучения специалистов, разработки законов и стимула инвестирования в экономику замкнутого цикла. |
| Микро-уровень | <ul style="list-style-type: none"> – Сниженная инновационная активность компаний в сфере технологических инноваций; – Производители ограничиваются краткосрочной перспективой в планировании – Низкая осведомленность населения о принципах ЭЗЦ. | <ul style="list-style-type: none"> – Доступ исследователей и ученых к научной инфраструктуре и технологиям, внедрение технологий искусственного интеллекта в науку; – Поддержка государством научно-технической деятельности компаний; – Государственная поддержка, направленная на стимул внедрения энергосберегающих и ресурсосберегающих технологий. | <ul style="list-style-type: none"> – Изменение потребительского поведения и бизнес-моделей компаний; – Повышение осведомленности населения о принципах устойчивого потребления и использования ресурсов. |

Как видно из табл. 6, на макро, мезо и микроуровнях в России в настоящее время насчитывается достаточное количество вызовов, в том числе и глобальных, которые формируют тенденции ресурсосбережения, энергосбережения, вторичной переработки и, в первую очередь, поддержки и развития инновационных технологий. Государство формирует программы поддержки субъектов промышленности, направленные не только на снижения воздействия на окружающую среду, но и на создание условий для этого снижения. Хотя в России также присутствуют тенденции циркулярной экономики, представленные в европейской литературе, упор же делается на стимулировании компаний, отраслей и регионов внедрять технологии, способные поддерживать принципы ЭЗЦ. Выделенные перспективы в сфере циркулярной экономики отражают сформированные в современных условиях глобальных экономических вызовов тенденции развития промышленности и технологий.

Обсуждение

В статье рассмотрены, во-первых, современные подходы к определению понятия «экономика замкнутого цикла» и был сделан вывод, что в большинстве источников ЭЗЦ определяется как подход, направленный на создание общей ценности за счет эффективного и устойчивого использования материальных и нематериальных ресурсов. Во-вторых, были предложены различия линейной экономической модели и модели ЭЗЦ, где этап «использования» направлен на минимизацию отходов и представляет собой замкнутый цикл. В-третьих, рассмотрены национальные подходы к регулированию ЭЗЦ и черты современной циркулярной экономики в России, которые отражают необходимость проведения изменений в бизнес-процессах и использование индикаторов отечественного и зарубежного авторства для анализа деятельности предприятий в рамках ЭЗЦ. В-четвертых, описаны тенденции в европейской литературе в сфере ЭЗЦ на макро, мезо и микро-уровнях, и были выделены следующие характерные черты: повсеместное внедрение концепции экономики замкнутого цикла и предложение возможностей повышения ресурсоэффективности; понимание взаимосвязей между ЭЗЦ и интеграциями предприятий, с помощью которых возможен переход на эту модель экономики; концепции, которые предприятия могут внедрять в собственную работу для деятельности в рамках ЭЗЦ. В-пятых, было проанализировано актуальное законодательство РФ в сфере ЭЗЦ, направленное на выделение вызовов и ответов на эти вызовы, а затем были выявлены перспективы экономики замкнутого цикла в России. При разделении перспектив было проведено их разделение на три уровня.

Заключение

Итак, на основании проведенного анализа, можно сделать вывод, что Россия сталкивается с рядом вызовов, связанных с изменением климата, увеличением объемов отходов, санкционным давлением и др., что требует перехода к устойчивой модели потребления и производства. Концепция экономики замкнутого цикла представляет собой эффективный инструмент для ответа на данные вызовы. Анализ текущего положения и потенциала России позволяет выявить возможности для создания устойчивой и эффективной экономической системы, способствующей сохранению окружающей среды и обеспечению

благополучия населения. Для успешной реализации концепции экономики замкнутого цикла необходимо разработать комплексные стратегии, включающие в себя меры по стимулированию экологически чистых технологий, повышению энергоэффективности, развитию рециклинга. Таким образом, переход к экономике замкнутого цикла является важным шагом для России на пути к устойчивому развитию и сохранению окружающей среды в условиях глобальных вызовов.

Литература

1. Аксенова Е.М. Экономика замкнутого цикла. Обзор международных подходов // Департамент многостороннего экономического сотрудничества Минэкономразвития России. Аксенова Е.М. Максимов И.И. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.economy.gov.ru/material/file/55fc716c49b06e62a652d101b1be8442/220414.pdf>.
2. Бобылев С.Н. Экономика устойчивого развития: учебник. – Москва: Б72 КНОРУС, 2021. – 672 с.
3. Бобылев С.Н. Циркулярная экономика и ее индикаторы для России / С.Н. Бобылев, С.В. Соловьева // Экономическая теория, 2020. – № 2. – С. 63-72.
4. О промышленной политике в Российской Федерации – Федеральный закон от 31.12.2014 N 488-ФЗ (ред. от 24.07.2023).
5. О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации – Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642.
6. Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 г. – Распоряжение Правительства РФ от 20 мая 2023 г. № 1315-р.
7. Geissdoerfer M., Piesoni M.P., Pigosso D.C., Soufani K. Circular business models: a review // J Clean Prod, 2020. – P. 123-741.
8. Saavedra Y.M., Iritani D.R., Pavan A.L., Ometto A.R. Theoretical contribution of industrial ecology to circular economy // J Clean Prod, 2018. – № 170. – P. 1514-1522.
9. Geng Y., Fu J., Sarkis J., Xue B. Towards a national circular economy indicator system in China: an evaluation and critical analysis // J Clean Prod, 2012. – № 23. – P. 216-224.
10. Mhatre P., Panchal R., Singh A., Bibyan S. A systematic literature review on the circular economy initiatives in the European Union // Sustain Prod Consum, 2020.
11. Su B., Heshmati A., Geng Y., Yu X. A review of the circular economy in China: moving from rhetoric to implementation // J Clean Prod, 2013. – № 42: – P. 215-227.
12. Zeller V., Towa E., Degrez M., Achten W.M. Urban waste flows and their potential for a circular economy model at city-region level // Waste Manag, 2019. – № 83. – P. 83-94.
13. Ioannis E. Nikolaou, Nikoleta Jones and others Circular Economy and Sustainability: the Past, the Present and the Future Directions / Ioannis E. Nikolaou, Nikoleta Jones and others // Democritus University of Thrace, University of Cambridge, Technical University of Crete, 2021. – V. 1. – P. 1-20.
14. Omar Alhawari, Usama Awan and others Insights from Circular Economy Literature: A Review of Extant Definitions and Unravelling Paths to Future Research / Omar Alhawari, Usama Awan and others [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/2/859/>.
15. Circular economy / [Электронный ресурс]. URL: <https://www.circular.academy/circular-economy-some-definitions/>.
16. Lieder M, Asif FM, Rashid A, Mihelić A, Kotnik S Towards circular economy implementation in manufacturing systems using a multi-method simulation approach to link design and business strategy // Int J Adv Manuf Technol, 2017. – № 93. – P. 1953-1970.
17. Jabbour C.J.C., Sarkis J., de Sousa Jabbour A.B.L., Renwick D.W.S., Singh S.K., Grebinyevych O. et al Who is in charge? A review and a research agenda on the 'human side' of the circular economy // J Clean Prod, 2019. – № 222. – P. 793-801.
18. Prieto-Sandoval V., Jaca C., Santos J., Baumgartner R.J., Ormazabal M. Key strategies, resources, and capabilities for implementing circular economy in industrial small and medium enterprises // Corp Soc Responsib Environ Manag, 2019. – № 26. – P. 1473-1484.

УДК 338.45:622.3(470)

С.Е. Трофимов

**ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМНО–ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПОДХОДА
В МЕТОДОЛОГИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ**

S.E. Trofimov

**APPLICATION OF A SYSTEM-FUNCTIONAL APPROACH
IN THE METHODOLOGY OF STATE REGULATION
OF THE OIL AND GAS COMPLEX OF RUSSIA**

Ключевые слова: государственное регулирование, нефтегазовый комплекс, методология научного исследования, практическая методология, системно-функциональный подход, экономически устойчивое развитие, Шестой технологический уклад, опережающее развитие.

Keywords: state regulation, oil and gas complex, methodology of scientific research, practical methodology, system-functional approach, economically sustainable development, Sixth technological paradigm, advanced development.

Цель: исследовать особенности применения системно-функционального подхода в методологии регулирующего воздействия ключевого сегмента российской экономики – нефтегазового комплекса на современном этапе экономических отношений. Обсуждение: рассмотрены методолого-практические положения государственного регулирования нефтегазового комплекса (ГР НГК) с позиций системно-функционального подхода. Данный подход предполагает комплексное задействование поступающей информации, ее преломление и применимость к конкретным условиям функционирования, содействует принятию новых регулирующих мер, охват накопленного российского и зарубежного опыта, адаптированного к внутренней специфике, совокупность факторов воздействия, причинно-следственных связей между внутренними элементами механизма ГР НГК. Преломление поступающей информации сопряжено с вопросами экономически устойчивого развития нефтегазовой отрасли: важна применимость поступающей информации к конкретным условиям, в т.ч. в отношении устранения возникающих рисков. Результаты: механизм ГР НГК предусматривает корректировку и появление нового методологического инструментария, связанного с обеспечением устойчивости национальной экономики и топливно-энергетического комплекса (ТЭК), принятием регулирующих решений, направленных на опережающие темпы экономического развития. Индивидуальный подход к реализации энергетических проектов выступает показателем практической применимости разработанной методологии.

Purpose: to research the specifics of applying a system-functional approach to the methodology of regulating the impact of a key segment of the Russian economy – the oil and gas complex at the current stage of economic relations. Discussion: are considered the methodological and practical provisions of state regulation of the oil and gas complex from the standpoint of a system-functional approach. This approach involves the integrated use of incoming information, its refraction and applicability to specific operating conditions, contributes to the adoption of new regulatory measures, the coverage of accumulated Russian and foreign experience adapted to internal specifics, a combination of impact factors, causal relationships between internal elements of the mechanism of state regulation of the oil and gas complex. The refraction of incoming information is associated with issues of economically sustainable development of the oil and gas industry: is important the applicability of incoming information to specific conditions, including with regard to eliminating emerging risks. Results: the mechanism of state regulation of the oil and gas complex provides for the adjustment and emergence of new methodological tools related to ensuring the stability of the national economy and the fuel and energy complex, making regulatory decisions aimed at advanced rates of economic development. An individual approach to the implementation of energy projects is an indicator of the practical applicability of the developed methodology.

Электронный адрес: tennisist91@mail.ru

Введение

Накопленный опыт государственного регулирования нефтегазового комплекса неотделим от историко-экономических аспектов государственного регулирования экономики (ГРЭ) с учетом российской специфики. Адаптированные к современным цифровым условиям формы и инструменты различных моделей ГРЭ, находящиеся в т.ч. на их стыке, способны привести к долгосрочному экономическому эффекту. Системность предполагает изучение различных позиций в решении наиболее значимых вопросов, выбор актуальных направлений дальнейшего развития [2,12]. Передовые регулирующие практики могут не находиться в свободном доступе, быть открытыми; их необходимо именно отыскивать, изучать и внедрять в практику с учетом комплекса всей национальной и местной специфики, выборе из различных альтернативных вариантов оптимального, способного принести наилучший результат в стратегическом отношении. Выбранные теоретико-методологические положения должны прослеживаться на всех этапах регулирующих действий. Их обоснование должно быть заложено в нормативно-правовую базу, в т.ч. документы стратегического характера для того, чтобы их придерживались органы государственной власти и нефтегазовые предприятия, функционирующие в едином русле, без разрозненности в действиях. Данные положения могут принципиально отличаться от регулирующей практики зарубежных государств, что обуславливается в т.ч. административно-территориальным устройством, структурой государственного аппарата, множеством социально-экономических факторов, продолжительным собственным опытом ГР, формой государственного управления, взаимодействием с зарубежными странами и иностранными субъектами нефтегазовой деятельности и др. [3,21].

Методологические положения выстраиваются на определенной заложенной в основание экономической системы платформе. Им должны следовать все органы государственной власти и участники экономической деятельности. Из них проистекают основы ГРЭ, различных отраслей, направлений и производств. Они должны быть органично связаны между собой, устранять возможные риски и негативные циклические проявления мировой и российской экономики. Одни положения и регулирующие меры проистекают из других или в ответ на изменения мировой и национальной экономической и политической ситуации, т.е. образуют логическую связку, соответствуют новым внутренним и глобальным трендам, подразумевают преемственность. В НПА важна доступность, необходимая для их понимания и исполнения органами государственной власти, нефтегазовыми компаниями и различными институтами; не должно быть излишних усложнений,

напротив, выделяются прямые и косвенные взаимосвязи, меры экономического и административного характера, причинно-следственные аспекты, обозначенные стратегические ориентиры, что позволяет разработать оптимальные формы и инструменты ГР НГК, необходимые для их достижения. Следует охватывать максимально возможное количество таких взаимосвязей, иметь полноту информации по возникающим вопросам. Доступность понимания поставленных перед субъектами регулирования задач может оказывать существенное воздействие на конечные результаты, обеспечивает возможность внедрения эффективных практик воздействия с учетом изученных новых аспектов и факторов. Подобный всесторонний анализ позволит обеспечить значительные конкурентные преимущества в сравнении с другими ресурсодобывающими странами [9,17].

Вследствие изменения мирохозяйственного уклада [6], изучение сути вопросов в совокупности с расширением информационного охвата позволяет выявить ранее неучтенные факторы и взаимосвязи, не отвлекаться на «фоновый шум», т.е. существенно сократить временные и финансовые затраты на достижение обозначенных задач. Доступность понимания существующих взаимосвязей значительно облегчает проведение совместных действий органов государственной власти и нефтегазовых компаний, выявляет новые причинно-следственные цепочки, способствует получению более достоверной информации. Ее необходимо структурировать, подразделять на составные элементы; важно выделить их из общей совокупности, учитывать результирующий эффект от данных взаимодействий в силу того, что под влиянием множества факторов в каждый момент времени их степень может измениться. Учитывая обозначенное, особый акцент следует уделить программно-целевому методу стратегического планирования, доведению информации до всех субъектов нефтегазовой деятельности. Методология ГР НГК проистекает из основ его функционирования; различные участники российского энергетического рынка предлагают собственные подходы к формам и инструментам ГР, степени их реального воздействия на внутриэкономические процессы. Из них создается основа механизма ГР НГК, обеспечивающая функциональное разделение с учетом накопленного опыта и знаний в совокупности с нормализацией настроений участников нефтегазового и финансового секторов экономики и относительной их стабилизацией, выделение составных элементов и рычаги реального воздействия на них [3,14]. Объективность восприятия поступающей информации становится выше, когда она своевременна и структурирована. На ее основании принимаются регулирующие решения, т.е. на практике реализуются методы, формы и инструменты ГР НГК, формирующие его механизм. В силу того, что объемы информации постоянно расширяются, необходимо выделять факторы, оказывающие наибольшее воздействие. Следует учитывать, что различные субъекты экономической деятельности могут по-разному интерпретировать поступающую информацию. Механизм ГР НГК способен видоизменяться под воздействием внутренних и внешних факторов, т.е. происходит его планомерная трансформация, расширение направлений влияния связанных отраслей и производств; внутреннее разделение на методы, формы и инструменты в значительной мере является условным в силу того, что он выступает теоретической конструкцией, которая не является неизменной [10,12].

Методы

Системно-функциональный подход предполагает максимальное задействование поступающей информации, органично встроенной в механизм ГР НГК, т.е. осуществляется ее преломление, способствующее принятию новых регулирующих мер, направленных на дальнейшее экономически устойчивое развитие, полный охват накопленного российского и зарубежного опыта, адаптированного к внутренней специфике. Важна применимость поступающей информации к конкретным условиям, которая должна содействовать повышению эффективности функционирования механизма ГР НГК, в т.ч. в отношении устранения возникающих рисков. Информация является значимым аспектом совершенствования механизма ГР НГК; разрозненные элементы необходимо соединить в целое, видеть общую ситуацию с различных сторон, формировать взаимодействия и причинно-следственные цепочки с общим представлением о ней, осуществлять общеметодологическую подготовку перед принятием регулирующих мер, соотносить с альтернативными позициями по данному вопросу. Поступающая информация обрастает значительным количеством взаимодействий с другими направлениями и факторами, способностью воспроизводить утраченные связи на принципиально новом уровне. Существующие базовые концепции воздействия могут не приносить необходимой отдачи в принципиально новых цифровых условиях. НГК рассматривается как объект ГР через призму системно-функционального подхода; важны совокупность факторов воздействия, представленная в некотором выражении, в котором также присутствуют причинно-следственные связи между внутренними элементами, которые собственно образуют механизм, объективная оценка факторов и процессов, напрямую или опосредованно связанных с НГК. В каждый момент времени на НГК как объект ГР воздействуют множество факторов, изменяющих внутренние аспекты его функционирования, способные расширить направления и потенциал для дальнейшего развития, в т.ч. за счет использования внутренней энергии и ресурсов.

Представления о направлениях дальнейшего развития НГК могут корректироваться в связи с изменением экономической и политической ситуации, перехода к новым моделям ГРЭ, базирующихся на ключевых аспектах предыдущих с уточненными формами и инструментарием. В этой связи важен комплексный охват государственной промышленной политики, в т.ч. использования опыта ГР в прочих сегментах экономики. Происходящие в ГР НГК изменения обусловлены, в частности, сменой технологических укладов, формированием принципиально новой глобальной экономической системы. Разработанные теоретико-методологические положения должны быть результативно перенесены в практическую плоскость, а совокупность регулирующих факторов – эффективно воздействовать на механизм ГР НГК, совершенствовать его в условиях цифровых технологических изменений. Он образуется именно благодаря взаимодействиям между его составными элементами, сочетание которых, благодаря накопленному опыту и выбранному методологическому обоснованию, способно преломиться в эффективные формы и инструменты воздействия.

Системно-функциональный подход предусматривает выделение функции в системном подходе, предполагает простоту и доступность, несмотря на сложную структуру внутренних взаимосвязей и множественность воздействия различных внешних аспектов, возможность разделения целого на составные элементы и последующее их строительство на качественно ином уровне развития. Однако целостный механизм ГР НГК в принципе не может быть разделен на составные элементы, иначе он не является единым: из него возможно изъять или, наоборот, внедрить лишь отдельные формы и инструменты регулирования. Подобное разделение может свидетельствовать о наличии проблемных аспектов: ярким примером возможности его разделения служит развал плановой советской экономики, одной из причин которого выступил фактический сговор США и стран ОПЕК в 1985 году, прежде всего Саудовской Аравии, последовавшее заявление министра нефти А.З. Ямани. На современном этапе наступила совершенно другая, технологическая реальность, что подразумевает необходимость повышения устойчивости взаимосвязей между структурными элементами механизма ГР НГК [11,19]. К тому

же, до оптимальных и выверенных решений иногда невозможно добраться логическим или иным образом в привычном понимании. Нецелесообразно искусственно создавать барьеры; объект приложения усилий необходимо рассматривать как есть, без приписывания ложных качеств и свойств, с видением стратегических ориентиров его развития [8].

Следует распределить функциональные обязанности, изучить место нахождения объекта в системе и структуре национальной экономики, подкорректировать отдельные аспекты понятийно-категориального аппарата. Системность возникает именно в процессе развития объекта. Не должно быть рамочных ограничений, напротив, первоначально закладываются и фиксируются в стратегических и программных документах общие и конкретные ориентиры, перспективы, которые целесообразно достигнуть. На каждом следующем уровне развития принимаются качественно иные решения, фактически скопированный предыдущий вариант может не быть пригоден. Границы объекта могут быть естественным или искусственным образом расширены, равно как и изменение его местоположения в системе, устойчивость которой предопределяется качеством взаимосвязей, способностью к их быстрым изменениям. С позиции системно-функционального подхода каждый элемент в системе выполняет определенную функцию, соответственно воздействие на него оказывает косвенное влияние на весь механизм в целом. В его рамках могут выделяться несколько подсистем, например по сегментам НГК. Взаимоотношения отдельных элементов системы между собой не подчиняются определенным экономическим законам и обычно зависят от конкретного места и времени. Сходные признаки элементов системы могут являться предметом отдельного исследования: в работе один из акцентов сделан на взаимодействиях государства и нефтегазовых компаний. Мировой НГК может являться системой, российский НГК – подсистемой, напрямую или опосредованно регулируемой государством, задача которого состоит в построении идеально выверенной точной настройки применительно к конкретным условиям, позволяющей приносить максимальный результирующий эффект, развиваться институциональной и производственной инфраструктуре [1,13].

Результаты

Механизм как теоретическая конструкция в полной мере соответствует системно-функциональному подходу, охватывает все сегменты НГК. В этой связи важна практическая применимость теоретических и методологических положений ГР НГК, включая внутренние взаимосвязи между составными элементами его механизма с учетом опыта, ресурсов и имеющегося потенциала, т.е. разработанные положения и теоретические конструкции внедряются в практическую составляющую. Необходимо найти соответствующий методологический инструментарий для результирующей практической применимости, предполагающий возможность внедрения цифровых технологий в производственные процессы и систему ГР. В определенном смысле НГК взаимосвязан с теоретическими представлениями о нем, механизмами реализации на практике регулирующих мер, возможностями реального воздействия. Стратегические направления развития НГК предполагают учет множества альтернативных экспертных позиций. Созданная институциональная и образовательная платформа обеспечивает устойчивость функционирования национального НГК, повышает возможность принятия прорывных регулирующих и производственных решений [20,27].

Как уже было отмечено ранее, теория привносится в практику посредством методологии; при этом также важно взаимодействие с различными институтами, что обуславливает внедрение технологий Четвертой промышленной революции и Шестого технологического уклада, которые позволяют получать полную информацию о состоянии нефтегазовых производств, потенциальных рисках, иметь дополнительные возможности за счет снижения издержек и ускорения процессов развития. Кроме того, необходимо понимать действительные взаимосвязи в механизме ГР НГК между его составными элементами и отдельными блоками, а также внутренние резервы, способные посредством государственного воздействия обеспечить прорывной рост. Полнота информации способствует принятию наиболее качественных регулирующих решений. Именно строительство механизма ГР НГК обеспечивает понимание взаимодействий между структурными элементами и причинно-следственных цепочек внутри него, момент и рычаги воздействия на некоторые из них, способные обеспечить необходимый результат, позволяет нарастить существенные конкурентные преимущества, даже в краткосрочном периоде. Сформированный механизм фактически определяет дальнейшие направления развития. Несмотря на множество различных происходящих внутри НГК процессов и факторов воздействия на них, разрабатываемые стратегические направления развития следует обобщать, конкретизировать, упрощать без ухудшения качества конечных результатов.

Механизм являет собой описательную составляющую устройства ГР НГК, абстрактное представление. Важна его применимость через методологический инструментарий к ключевому сегменту российской экономики и происходящим внутри него процессам. Механизм не является статичным, он способен претерпевать значительные изменения в силу действий внутренних и внешних факторов, низведенных до абстрактной теоретической конструкции, показывающей основные направления его деятельности; т.е. важны достоверность и учет основных факторов при его формировании. Сведение от комплексного и составного к простому также служит возможностью практического применения методологического инструментария. Сформированные теоретические положения, отраженные в НПА и выраженные в графическом виде отражают сущность происходящих процессов и дальнейших направлений развития, содействуют достижению обозначенных целевых ориентиров. Механизм ГР накладывается на НГК как сегмент экономики, органично связуя его составные элементы. Их разделение выступает ключевым аспектом при формировании теоретического механизма, показывает направления воздействия форм и инструментов ГР с учетом накопленного опыта, которые должны быть структурированы в части применения к НГК в соответствии с системно-функциональным подходом. Это является логичным связующим звеном при переходе от теоретических положений к практической действительности. С течением времени могут добавляться новые методологические инструменты, основанные на большем количестве исходных данных. С позиций системно-функционального подхода происходит обобщение накопленного опыта и информации и, в соответствии с этим, принятие более качественных регулирующих решений.

Методы, формы и инструменты, как составные элементы, определяют структуру механизма ГР НГК, образуют взаимодействия, при этом распространяются только на определенный сегмент национальной экономики и связанные с ним отрасли и производства. Механизм как теоретическая конструкция предполагает некоторые рамки для своих элементов, пределы, на которые распространяется его воздействие. Кроме того, существуют взаимосвязи между различными блоками в механизме, увязывающими воедино регулирующие процессы и меры. В отдельных случаях следует упрощать влияние факторов и их взаимодействий на объект ГР с целью принятия эффективных законодательных решений, результирующих форм и инструментов воздействия. Увязка составных элементов механизма и их взаимодействий в единую теоретико-методологическую конструкцию предполагает доступность понимания для качественного исполнения регулирующих мер, а также принятие решений, направленных на устранение возникающих и потенциальных рисков. Для этого целесообразно

повысить гибкость наиболее значимых взаимодействий в НГК, их адаптацию к изменяющимся условиям, понимать причинно-следственные связи при формировании отраслевых взаимодействий, что позволяет нарастить дополнительные конкурентные преимущества, стимулировать экономический рост на повышающей фазе цикла, нивелировать отклонения при фазах спада и депрессии. В кризисные периоды открываются значительные возможности для развития национальной экономики. Следует отметить необходимость разграничения составных элементов внутри механизма ГР НГК, установления иерархии и взаимосвязей. То, что актуально в один период времени, может оказаться не столь эффективным в связи с изменением конъюнктуры. Подобное разграничение позволяет назначать ответственных исполнителей, разрабатывать критерии оценки их деятельности, выделить те аспекты, при которых, например, идентичная государственная политика в странах со схожей структурой экономики и политической ситуацией способна принести различные результаты, выявить внутреннюю специфику, позволяющую определить направления стратегического развития и регулирующие меры, применимые для их достижения. От условного разграничения механизма ГР НГК на составные элементы зависят точки приложения регулирующего воздействия в конкретных условиях. Для устойчивого развития НГК важен потенциал роста, интеллектуально-кадровые резервы и научно-технологический задел, что при эффективном ГР, высоких профессиональных компетенциях организаторов и исполнителей, обеспечивает опережающие темпы экономического роста [5,7].

При прочих равных условиях могут приниматься кардинально различные регулирующие решения. Одни и те же формы и инструменты ГР НГК будут неодинаково эффективны в различные периоды времени, что обусловлено в т.ч. изменением внутренних взаимодействий в ответ на развитие экономической и политической ситуации. Составные элементы механизма ГР НГК в своей совокупности не обязательно дают результат, равный сумме эффектов каждого из них по отдельности: могут проявляться как разнонаправленные векторы, так и значительный синергетический эффект от некоторых взаимодействий. Следует учитывать особенности применения отдельных форм и инструментов ГР, которые могут наиболее ярко проявиться или утратить актуальность при комплексном регулирующем воздействии. Наиболее ярко выраженные характеристики механизма ГР НГК могут быть обусловлены как его ключевыми формами и инструментами, так и существенно отличаться от них; в этой связи требуется точная методологическая настройка. Возникающие в ГР НГК ситуации зачастую требуют индивидуальных подходов, дойти до сути происходящих явлений, разложить их на составные элементы и взаимодействия между ними.

Следует отметить, что в изменяющихся условиях существующее разделение понятийно-категориального аппарата и выбранные методологические инструменты могут утратить собственную эффективность и требуют принципиально новых, прорывных регулирующих решений. Н.Н. Талев в своей концепции «Черного лебедя» показал: то, что доказывает собственную применимость множество раз, не обязательно будет возможно использовать в очередной аналогичной ситуации. Напротив, может наблюдаться чрезвычайно негативный результат, способный иметь значительные последствия, к которым система окажется не готова [18]. Составные элементы механизма ГР НГК могут не свидетельствовать о его ключевых характеристиках, не показывать направления дальнейшего развития: это происходит в силу множества внутренних взаимодействий. Методологический инструментарий необходим для понимания происходящих в НГК процессов. НГК встроен в мировую экономическую систему, выполняет в ней определенные функции в соответствии с заданным понятийно-категориальным аппаратом, взаимодействиями с правительствами стран, различными отраслями экономики, связанными производствами, институтами и др. Механизм ГР НГК как теоретическая конструкция должен быть логично сформирован: каждый элемент выполняет определенную функцию, взаимодействует с прочими элементами, в т.ч. в двусторонних направлениях.

Регулирующее воздействие подразумевает конкретные цели и задачи, учитывает основные характеристики как объекта регулирования, так и используемого инструментария. Функциональность предполагает определенное назначение элементов в системе, их взаимодействие между собой. Деструктивные элементы удаляются из системы; при этом происходит увязывание разрозненных элементов, основным назначением которого является повышение эффективности функционирования ГР НГК, его устойчивости, разработка альтернативных сценариев развития. Фактически, любая внутренняя и внешняя конъюнктура является возможностью для дополнительного роста. В условиях трансформации мировой экономической системы существующий понятийно-категориальный аппарат может оказаться неэффективным. Государственная энергетическая политика предполагает выделение ключевых точек экономического роста в НГК, привносящих наибольшую ценность в конечный результат, концентрацию на основных направлениях развития. Регулирующее воздействие, выраженное в виде составных элементов механизма, предполагает полноту и своевременность информации, что может выступать основанием не только для их корректировки, введения новых или устранения отдельных элементов, но и изменения всей методологической основы функционирования ГР НГК. Процесс внутреннего развития является непрерывным, может требовать значительных перестроений в относительно короткие сроки. Регулирующее воздействие на НГК как объект регулирования оказывается через призму накопленного опыта, имеющейся в распоряжении информации, профессиональных компетенций организаторов и исполнителей, понятийно-категориального аппарата, выстроенного на сложившейся институциональной и инфраструктурной платформе, характера взаимодействий как внутри НГК, так и с прочими субъектами экономической деятельности. Конкретные примеры увязываются в единое методологическое основание; использование методологических инструментов предполагает выделение особенностей, присущих НГК, открывает для понимания общую картину. Следует отметить разнонаправленность центров регулирующего воздействия, значимость доведения на практике до логического завершения предпринятых регулирующих мер, т.е. необходимость достижения обозначенных в документах стратегического развития целевых ориентиров.

Обсуждение

В понятийно-категориальный аппарат и меры ГР НГК закладываются определенная информация, накопленный опыт; из них вытекают причинно-следственные связи, они могут быть структурированы или вводиться поэтапно. Организация взаимодействий разрозненных элементов механизма ГР НГК, преобразование их в единую связку повышает его устойчивость в целом. Подобная сцепка должна быть осуществлена для всех структурных составляющих и характеристик составных элементов механизма. Взаимодействие может происходить на всех уровнях механизма ГР НГК, затрагивать их качественные характеристики. Следует выстроить единый понятийно-категориальный аппарат, применимый к НГК, дойти до сущности внутренних процессов, обусловить наличие и расширение взаимосвязей достижением целевых ориентиров. Внешнее позиционирование НГК как основного сегмента национальной экономики способно отразить его суть, внутренние и внешние факторы воздействия. Учитывается, что при принятии регулирующих решений не должно возникать разночтений между сущностью НГК и тем образом, который он представляет для стороннего наблюдения; т.е. происходит практическое

отражение накопленного опыта, взаимосвязей НГК с различными субъектами экономической деятельности. Взаимодействия между формами и инструментами механизма ГР НГК предполагают их обусловленность, дополнение друг друга, поэтапные совместные действия государства и нефтегазовых компаний в едином направлении развития; важна их приложимость к НГК как объекту регулирования, донесение целей и задач до непосредственных исполнителей на всех уровнях государственной власти. Регулирующие меры допускают соединение имеющихся внутренних и внешних взаимодействий, изучение всех факторов и аспектов воздействия, способных повлиять на конечный результат; часть подобных взаимодействий следует отметить в НПА, показать степень ответственности исполнителей, выделить общие особенности, присущие составным элементам механизма, время и место приложения регулирующего воздействия.

Внутренние и внешние факторы влияния, существующие и потенциальные взаимосвязи анализируются с помощью выбранного инструментария, в частности системно-функционального подхода. Полнота и своевременность информации обозначает возможность разработки и практической реализации принципиально новых, прорывных направлений развития НГК, повышения общей эффективности его функционирования, в т.ч. в отношении крупнейших проектов. Методология содействует устранению рисков, выбору наиболее прагматичной траектории развития, исходя из имеющихся ресурсов. При принятии регулирующих решений следует задействовать наиболее современные цифровые технологии; использование передового методологического и информационно-технологического инструментария обеспечивает значительные конкурентные преимущества, содействует устранению рисков, выявлению «слабых мест» механизма, что позволяет повысить его устойчивость и потенциал роста. Задействованные подходы и методы могут быть неприменимы к отдельным явлениям, однако способны выявить их наиболее значимые аспекты, причинно-следственные связи и направления развития, в т.ч. ускоренными темпами, анализировать положение НГК как объекта ГР в общеэкономической системе, определять факторы воздействия. Возникающие явления могут не укладываться в сложившееся представление об общеэкономическом развитии; в частности, непохожесть результатов идентичной проводимой региональной политики в субъектах федерации со схожими экономическими параметрами может зависеть от особенностей применяемых форм и инструментов механизма ГР НГК, соответственно индивидуальный подход к реализации наиболее значимых нефтегазовых проектов является приоритетным, в т.ч. введение принципиально нового регулирующего инструментария, пересмотр действующих положений, уточнение понятийно-категориального аппарата, не способствующего эффективному функционированию НГК в условиях трансформации мировой экономической системы. Это предполагает введение в механизм новых элементов, способных заполнить существующие пустые места, расширить взаимодействия как с различными субъектами экономической деятельности, так и между формами и инструментами внутри механизма ГР НГК; может быть изменено их относительное соотношение, распределение по различным блокам.

Следует изучать и анализировать появление новых методологических инструментов, учитывать новейшие научные достижения при разработке сценариев стратегического развития, переносить опыт различных наук и отраслей экономики в НГК с учетом специфики. Это может предполагать появление новых методик, охватывающих максимальное количество исходных параметров, факторов влияния, взаимодействий между ними, их усложнение с течением времени. Данные методики, их составные части подвержены изменению, например, в них могут включаться или, наоборот, выходить из них определенные факторы. Существующие и потенциальные взаимодействия в НГК складываются в общую ситуацию, которую необходимо детально анализировать; этим обусловлена практическая применимость используемой методологии. Методики позволяют варьировать результат в зависимости от подставляемых в них значений. Необходимо устранить все излишнее, чтобы обеспечить возможность внутреннего роста, укреплять наиболее «слабые места» в механизме ГР НГК, повысить его устойчивость. Направления основных взаимодействий также подвержены изменениям.

Механизм ГР НГК является единым в своей основе, предполагает разделение его составных частей, посредством которых оказывается воздействие. Различные институты и эксперты могут показывать сходные направления стратегического развития НГК и реализации значимых нефтегазовых проектов. Механизм ГР НГК является теоретическим выражением без излишних звеньев, неразрывным, отображающим внутренние и внешние взаимодействия [4,22]. Значимость риск-менеджмента, устранения негативных проявлений на первоначальном этапе вытекает из самой сути НГК как сегмента национальной экономики, истории его становления. Взаимодействия внутри него должны быть выверены и методологически обоснованы. Следует анализировать отрицательные последствия предпринимаемых регулирующих действий; их исправление может потребовать больше времени и ресурсов, чем создание принципиально новых. Это повышает значимость применения методологического инструментария и внедрения современных цифровых технологий, в т.ч. в отношении связывания в единый механизм разрозненных элементов, происходит исходя из имеющихся ресурсов и может предполагать отсутствие возможности замены составных элементов.

Предложение альтернативных подходов, приводящих к единому результату, подразумевает повышение устойчивости взаимодействий между ними. Именно единый механизм ГР содействует экономическому развитию НГК; методология как система регулятивов выступает своего рода надстройкой, повышающей его устойчивость, оставляющей актуальные элементы и передовые практики воздействия, сокращающей зависимость от внутренней и внешней конъюнктуры. Необходимо различать действительные явления от представления о них. Механизм как теоретическая конструкция должен являться простым в понимании для исполнителей, в т.ч. в части последовательности регулирующих действий и причинно-следственных цепочек. Центр принятия решений контролирует их исполнение, сцепляет разрозненные составляющие механизма. Укрепление долгосрочных взаимодействий повышает надежность его функционирования. При этом не должно быть искусственного притяжения: происходящие внутренние процессы в большей мере являются естественными. Разрабатываемые предложения могут кардинально изменить представление о направлениях стратегического развития НГК, в т.ч. в отношении его методологической составляющей, основанной на устойчивой платформе, а не формируемой в отношении конкретных проектов, предполагающих повторение идентичных методологических действий. Необходимо понимать объективные факторы воздействия, за счет которых возможно стимулировать внутренние механизмы экономического роста. Таким образом воедино соединяются внутренние и внешние источники развития; задача ГР состоит в максимизации долгосрочного экономического эффекта. Внутренние факторы развития определяют направления дальнейших взаимодействий в НГК; их рост способствует повышению устойчивости, которую необходимо применять с позиций системно-функционального подхода. Т.к. углеводороды являются возобновляемым природным ресурсом, осуществляемое воспроизводство МСБ предполагает применение в ГР НГК наиболее современных отечественных и зарубежных практик, форм и инструментов, соответствующих требованиям конъюнктуры и технологическим изменениям, возможности их использования в различных сегментах НГК.

Следует также учитывать предвзятость и необъективность политики, осуществляемой зарубежными институтами и международными организациями. В частности, следует отметить, что большую часть своего состояния братья Нобели сделали на бакинской нефти. Фактически, Нобелевская премия, превратившаяся в настоящее время в инструмент политической борьбы и пиара, которой незаслуженно обделили множество российских и советских ученых, и настолько пафосно ежегодно вручаемая шведским королевским двором, в своем первоначальном виде была сформирована за счет капитала от экспорта углеводородов и полезных ископаемых Российской Империи, большая часть которого впоследствии постоянно реинвестировалась в зарубежные финансовые активы, а также многократно в течение своей истории была направлена на подрыв российской государственности.

ГР предполагает возможность изменения на определенном этапе экономических и методологических концепций, стоящих в основе реализации направлений стратегического развития. Учитываются прорывные решения в ГРЭ зарубежных государств с учетом их накопленного опыта, что позволяет уменьшить риски при принятии регулирующих решений. Системно-функциональный подход предполагает последовательность действий, внедрение новейших технологий во все направления, связанные с НГК, научные исследования в части вопросов стратегического развития. Пройденные концепции регулирования не обязательно покажут эффективность в новых экономических условиях; однако следует учитывать отдельные практики, которые необходимо рассмотреть в историко-экономическом разрезе. ГР являет собой сопутствующий для внутреннего развития НГК источник, обеспечивающий взаимодействия как между составными элементами его механизма, так и с различными субъектами экономической деятельности. Это позволяет объективно анализировать внутренние факторы, ключевые показатели функционирования НГК, изменения взаимодействий, эффективно реализовывать новые нефтегазовые проекты, разрабатывать углеводородные месторождения и др. Методология позволяет каждому элементу системы занимать собственную позицию, тем самым привести ее в равновесие. Возможно законодательное закрепление выбранного методологического инструментария, этапов регулирования, последовательности действий, обуславливающих подчинение одних элементов системы другим. В аналогичных проектах могут наблюдаться несхожие результаты деятельности от принятия идентичных регулирующих мер в результате воздействия внутренних факторов, разделения на составные части указанных проектов, взаимодействий данных составных частей; все определяется конечными результатами деятельности. Характеристики применяемых форм и инструментов ГР НГК могут отличаться в зависимости от географического региона, природно-климатических условий и др.

Ключевые показатели механизма ГР НГК зависят от эффективности взаимодействий его составных элементов, их увязки в целостную теоретическую конструкцию. Именно взаимодействия показывают общую специфику, существующие вопросы, потенциал и направления развития, прокладывают основные характеристики объекта регулирования, способы результативного воздействия на них с целью достижения целевых ориентиров. Соединение составных частей, прямые и обратные взаимодействия выявляют особенности функционирования механизма ГР НГК применительно к конкретным условиям. Одним из определяющих факторов экономического устойчивого развития НГК выступает эффективное построение и взаимодействие составных элементов его механизма ГР, сформированного наиболее результативным образом. Необходимо устранять возникающие негативные проявления внешней среды, вводить новые понятийно-категориальные единицы, укреплять связи как между составными элементами механизма ГР НГК, так и с прочими субъектами экономической деятельности. Эффективно выстроенный механизм ГР как теоретическая конструкция, обладающая широким спектром внутренних и внешних взаимодействий, всецело содействует экономически устойчивому развитию НГК. Это в полной мере укладывается в концепцию системно-функционального подхода; фактически, в его основе лежит детальное изучение аспектов воздействия на объект, оптимальное сочетание форм и инструментов ГР, т.е. выравнивание недостаточно эффективных естественных рыночных факторов регулирования экономики. В механизме ГР НГК происходит соединение его элементов, внутренних и внешних связей. Системно-функциональный подход как методологический инструмент также подлежит собственному развитию. Понимание природы происходящих в НГК и связанных с ним явлений обеспечивает принятие наиболее эффективных регулирующих решений. Исправление недостатков рыночного саморегулирования не предполагает копирование естественных рыночных процессов, напротив, происходит их искусственное преобразование; т.е. ГР предусматривает искусственное вмешательство, продолжение естественных направлений развития, рыночных факторов [3,15,16].

Разделение механизма ГР НГК на составные элементы отражает их необходимость, предполагает возможность их последующего соединения в единое целое, осуществление совместных действий государства и нефтегазовых компаний; т.е. применение различных форм и инструментов ГР НГК, отсеечение излишних элементов содействует ускорению достижения целевых ориентиров. Естественные и искусственные регуляторы создают целостную государственную энергетическую политику. Различные экономические направления по-разному относятся не только к государственному вмешательству, но и влиянию внутренних факторов развития на вопросы регулирования, внедрению прорывных научных и управленческих решений. Важно опускаться до сути вопроса, исходных причин возникновения явлений и процессов. Механизм ГР НГК призван показать внутренние факторы развития; их изучение содействует повышению устойчивости НГК при разработке прогнозов стратегического развития, отдельные положения которых существуют на стыке нескольких научных направлений, существенному снижению различных рисков. Они подразумевают последовательное выполнение регулирующих мер, выбранного методологического инструментария; это составляет основу системно-функционального подхода. Крупные экономические и политические события способны внести существенные коррективы в выбранный методологический инструментарий, адаптировать его к изменяющейся конъюнктуре с целью максимизации результатов. Особый акцент ставится на научный потенциал кадрового состава, постоянное повышение профессиональных компетенций, внедрение новейших технологических решений в государственном секторе, что в частности позволяет усовершенствовать структуру органов государственной власти, их взаимодействий для решения оперативных и стратегических вопросов, адаптации передовых зарубежных практик применительно к российской специфике. Оптимальные регулирующие решения могут проявляться на стыке ряда научных дисциплин; важно применять те из них, которые способны обеспечить необходимый результат, создавать условия для экономического и технологического прорыва [6,14].

Заключение

Верно выстроенный с методологических позиций механизм ГР НГК способствует недопущению воздействия негативных проявлений внешней среды. Для этого могут создаваться новые государственные ведомства и институты, повышающие эффективность внутренних аспектов регулирования, различных взаимосвязей, содействующие созданию устойчивой платформы для обеспечения технологического прорыва и цифровой трансформации. Каждому элементу

отводится определенное место в системе, предполагающее наиболее эффективную практическую реализацию принятых регулирующих решений за счет выполнения поставленных перед ним функций, которых на первоначальном этапе может быть незначительное количество в силу того, что их необходимо освоить и внедрить. Фактически, функция служит обязательным атрибутом элемента в системе, позволяет не допускать отрицательных воздействий конъюнктуры, по возможности – содействовать улучшению итоговых показателей, укреплять собственные позиции, сокращать издержки, производить более экологическую и технологическую продукцию и др. Так, для инвесторов наиболее значимым решением обычно выступает сохранение капиталовложений; подобное отношение в части ГР НГК, т.е. не достижение результатов, а сохранение и преумножение достигнутого, способно оказаться прагматичным, в особенности в период кризисных явлений. Это является одной из основ проведения регулирующих действий, базирующихся на детальном изучении различных факторов воздействия, использовании подходящего методологического инструментария, современных технологических и цифровых решений, приверженности единому стратегическому направлению. Раскрытие исходных данных, действительных причин принятия конкретных решений, их связь с прочими отраслями экономики, производствами и направлениями деятельности может происходить в значительно более отдаленные сроки, носить последующий характер. Актуальные предложения по совершенствованию ГР НГК могут поступать из зарубежных источников [23–26]. НГК как объект регулирования вполне возможно рассматривать с позиций системно-функционального подхода; т.е. получаемая информация, сжатая до своей сути, должна в полной мере применяться к НГК, способна оказывать корректирующее воздействие на механизм, что благоприятствует его развитию исходя из существующих и потенциальных взаимодействий, принятия стратегических ориентиров и их целенаправленному достижению.

Детальное изучение внутренних и внешних взаимодействий может содействовать развитию принципиально иных направлений НГК, объединяющих различные технологические и инновационные дисциплины, сегменты рынка, производства, функции нескольких ведомств и др. Важно предусмотреть перспективы реализации прорывных решений, выйти за пределы сложившихся стереотипов. На нефтегазовом рынке труда возрастает необходимость в законодательном обеспечении основных трендов развития, их соединении с накопленным опытом, привлечении специалистов широкого профиля, обладающих навыками в области изучения новых направлений и профессий, быстрой адаптацией к происходящим изменениям, собственной позицией в отношении возникающих отраслевых вопросов, стратегических перспектив развития, возможностью воздействия на объект регулирования через определенные рычаги с позиций системно-функционального подхода. В рамках механизма ГР НГК также возможно выделить управляющую и управляемую подсистемы; значительная часть внутренних процессов и взаимодействий осуществляется посредством цифровых технологий, соответственно следует переориентировать высвободившиеся трудовые ресурсы на новые направления. Методологические решения могут требовать предварительной подготовки, обеспечивающей создание первоначальных условий, национальных и международных институтов, устойчивой платформы, на которой данные решения могут исполняться через федеральные и региональные органы государственной власти, местные представительства различных организаций.

Разработанные теоретико-методологические положения проходят проверку на актуальность, соответствие стратегическим целям и задачам, понятийно-категориальному аппарату; они обобщают и аккумулируют накопленный опыт, свободны для понимания исполнителей, проходят законодательное закрепление, в т.ч. в программно-целевых документах, в рамках которых осуществляется регулирование их практического исполнения, т.е. всестороннее изучение и разработка выводов по различным направлениям, соединенных с различными источниками (позиции экспертов, институтов, финансовых организаций, непосредственно органов государственной власти и нефтегазовых компаний и др.). Затем они внедряются в механизм ГР НГК, разделенные по сегментам, формам, инструментам и конкретным блокам регулирования. Информация должна быть структурирована в соответствии с поставленными целями и задачами. Объект регулирования анализируется с нескольких ракурсов с использованием различного методологического инструментария, категорий, разрабатываются альтернативные варианты его дальнейшего развития. Полученные выводы преломляются через представление об объекте, впоследствии реализуются на практике, обобщая совокупность указанных положений с учетом специфики и возможных изменений экономических и политических условий.

Множество факторов воздействия на НГК предполагает возможность их разделения до состояния неделимого составного элемента и классификации, образующих общую совокупность. Учитываются краткосрочные и длительные последствия их влияния, при этом не следует прибегать к излишнему методологическому инструментарию, а действовать объективно. Эффективные практические примеры могут наблюдаться в совершенно сторонних научных направлениях, отраслях экономики и социальной сферы. В наибольшей степени устойчивость важна для ключевых федеральных органов ГР НГК, координирующих государственную нефтегазовую политику в целом. Особый акцент ставится на профессиональных компетенциях исполнителей, использовании необходимых рычагов влияния. Происходит уплотнение общих факторов воздействия, их приведение к единому основанию. Федеральные органы государственной власти должны организовать прагматичное функционирование механизма ГР НГК, нести ответственность за реализацию возложенных на него функций. Важна объективность восприятия происходящих в НГК или сопряженных с ним процессов, фокусировка, угол рассмотрения вопросов, направленный на достижение поставленных ориентиров, следование заданному вектору развития согласно выбранному методологическому инструментарию, т.е. совокупность теоретических, методологических и практических положений ГР НГК рассматривается с позиций системно-функционального подхода. Исходные методологические положения влияют на конечные результаты; разрозненные элементы занимают строго определенные позиции в структуре механизма ГР НГК [12,20].

Литература

1. Блауг М. Методология экономической науки или как экономисты объясняют // М.: Вопросы экономики, 2004. – 416 с.
2. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире // СПб.: Университетская книга, 2001. – 416 с.
3. Винокуров М.А. Роль государства в корректировке модели экономического роста России // СПб.: Питер, 2014. – 192 с.
4. Гегель Г. Наука логики // М.: АСТ, 2019. – 912 с.
5. Глазьев С.Ю. О неотложных мерах по укреплению экономической безопасности России и выводу российской экономики на траекторию опережающего развития // Доклад. М.: Ин-т экон. стратегий, Русский биограф. ин-т, 2015. – 60 с.
6. Глазьев С.Ю. Рынок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах // М.: Книжный мир, 2018. – 768 с.
7. Глазьев С.Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса // М.: Экономика, 2010. – 255 с.
8. Девонс У.С. Основы науки. Трактат о логике и научном методе // М.: Либроком, 2016. – 744 с.

9. Зиновьев А.А. Фактор понимания // М.: Алгоритм, Эксмо, 2006. – 528 с.
10. Кононов Ю.Д. Пути повышения обоснованности долгосрочных прогнозов развития ТЭК // Новосибирск: Наука, 2015. – 147 с.
11. Кун Т. Структура научных революций // М.: АСТ, 2015. – 320 с.
12. Мелентьев Л.А. Методология системных исследований в энергетике. Избранные труды // М.: Наука, 1995. – 300 с.
13. Милль Дж.С. Система логики силлогистической и индуктивной. Изложение принципов доказательства в связи с методами научного исследования // М.: ЛЕНАНД, 2011. – 828 с.
14. Некипелов А.Д., Ивантер В.В., Глазьев С.Ю. Приоритеты долгосрочного социально-экономического развития // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз, 2013. – № 6. – С. 18-31.
15. Поппер К. Объективное знание. Эволюционный подход // М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 384 с.
16. Поппер К. Предположения и опровержения. Рост научного знания // М.: АСТ, 2008. – 638 с.
17. Рузавин Г.И. Методология научного познания // М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 287 с.
18. Талеб Н.Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости. – 2-е изд., доп. М.: КоЛибри, Азбука Аттикус, 2016. – 736 с.
19. Тоффлер Э. Третья волна // М.: АСТ, 2010. – 784 с.
20. Уэст Дж. Масштаб: Универсальные законы роста, инноваций, устойчивости и темпов жизни организмов, городов, экономических систем и компаний // М.: Азбука Бизнес, Азбука-Аттикус, 2018. – 512 с.
21. Шапот Д.В., Малахов В.А. Опыт развития методологии и разработки управленческих моделей межотраслевого баланса // М.: МЭИ, 2018. – 176 с.
22. Ясперс К. Философия. Книга первая. Философское ориентирование в мире // М.: Канон+, Реабилитация, 2012. – 384 с.
23. Bloomberg New Energy Finance [Electronic resource]. URL: <https://about.bnef.com>.
24. BP Statistical Review of World Energy 2021. 70th edition // BP Global. – 72 p.
25. IEA World Energy Outlook 2023 // IEA, 2023. – 354 p.
26. Platts [Electronic resource]. URL: <http://www.platts.com/>.
27. Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens III W.W. The Limits to Growth // New York: Universe Books, 1972. – 205 p.

УДК 331

Н.Б. Федорова, Г.Г. Вукович, Н.С. Говоруха, А.В. Островская
**ОСОБЕННОСТИ И МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ
УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМ ПОВЕДЕНИЕМ МОЛОДЕЖИ**

N.B. Fedorova, G.G. Vukovich, N.S. Govorukha, A.V. Ostrovskaya
**FEATURES AND MARKETING ASPECTS
OF YOUTH LABOR BEHAVIOR MANAGEMENT**

Ключевые слова: молодые специалисты, управление персоналом, навыки, компетенции, карьера, работодатель, коуч, наставник, обучение, эффективность труда, трудовое поведение.

Keywords: young professionals, personnel management, skills, competencies, career, employer, coach, mentor, training, labor efficiency, labor behavior.

Цель: провести анализ научных материалов по вопросам, связанным с управлением трудом молодых специалистов; определить факторы, положительно и отрицательно влияющие на развитие карьеры молодых специалистов. Обсуждение: особое внимание в статье уделено характеристике способов поддержания карьерного развития молодых сотрудников. Работодателю следует ознакомить работника с перспективами карьерного роста в компании. С помощью консультации с работником отдела кадров может быть разработан индивидуальный план карьерного роста в организации. Молодых специалистов необходимо постоянно информировать о возможностях для обучения и программах повышения квалификации в организации или у ее партнеров, вакантных местах и др.. Результаты: сформулированы рекомендации, обеспечивающие сбалансированность молодежного сегмента внутреннего рынка труда на этапе финансовых и нефинансовых ограничений.

Purpose: to analyze scientific materials on issues related to the management of the work of young professionals; to identify factors that positively and negatively affect the career development of young professionals. Discussion: special attention is paid in the article to the characteristics of ways to support the career development of young employees. The employer should familiarize the employee with the prospects of career growth in the company. With the help of consultation with an employee of the HR department, an individual career plan can be developed in the organization. Young professionals should be constantly informed about training opportunities and professional development programs in the organization or with its partners, vacancies, etc.. Results: recommendations are formulated to ensure the balance of the youth segment of the domestic labor market at the stage of financial and non-financial constraints.

Электронный адрес: govorukha@bsu.edu.ru, anastasvik@mail.ru

Введение

Усиление санкционного давления, обусловившее диверсификацию финансовых и нефинансовых ограничений, инициирует появление противоречивых тенденций на отечественном рынке труда. Позитивный момент – низкий уровень безработицы в стране. Вместе с тем в социально-трудовой сфере наблюдаются и обратные, негативные тренды. Один из них – кадровый голод в ряде сфер экономической деятельности. Именно в этом контексте управление трудом молодежи нам представляется чрезвычайно актуальным и даже экзистенциальным нарративом.

Методы

При решении исследовательских задач в статье были применены следующие методы: контент-анализ источников, описывающих различные аспекты представленной проблемы, анализ, синтез, сравнение, обобщение, классификация, формализация, аналогия, дедукция, индукция, ретроспективный подход, тренд-анализ и др.. Во многих современных компаниях существует отдел управления персоналом, в функционал которого, по мнению Мугуевой Д.А. входят следующие задачи:

- формулирование единых целей для сотрудников и коллектива;
- оценка потенциала молодых сотрудников;
- недопущение карьерных застоев;
- планирование карьерного развития индивидуально для всех молодых специалистов с учетом имеющихся компетенций;
- воплощение планов по развитию карьеры молодых сотрудников и др. [7].

Результаты

Молодые сотрудники в начале карьерного пути стремятся усвоить как можно большее количество навыков и применять их в профессиональной деятельности, чтобы подняться по карьерной лестнице. Молодым сотрудникам оказывается помощь в карьерном росте, а они работают, зачастую, эффективнее, чем сотрудники старшего возраста, внося существенный вклад в реализацию целей организации. При планировании развития карьеры молодых специалистов компания должна учитывать индивидуальные особенности отдельных сотрудников, а также специфику молодого персонала в целом. Во-первых, молодые люди воспринимают работу не только как способ заработка. Для них важно, чтобы их профессиональная деятельность доставляла удовольствие, имела смысл. При отсутствии существенного интереса молодого сотрудника к профессиональной деятельности эффективность его труда значительно снижается. Во-вторых, возрастают запросы молодых работников касающиеся обеспечения социальных гарантий. Молодые люди стремятся отстаивать свои права, что не позволяет работодателям «экономить» на их зарплатах. В-третьих, эксперты подтверждают положительное влияние благоприятного коллективного климата на эффективность труда молодых специалистов [12]. Н.Ю. Трушакова и Л.А. Амирова утверждают, что в программах сопровождения молодых сотрудников необходимо использование инновационных методов и инструментов, таких как, например, коучинг [8]. Коуч в данном случае выступает в роли наставника, направляющего молодого специалиста в процессе его карьерного развития. Мы солидарны с И.О. Антипиной, которая считает важной особенностью современной профессиональной деятельности необходимость постоянного развития сотрудников, повышение их конкурентоспособности за счет различных навыков [1]. Для молодых специалистов постоянное самосовершенствование имеет еще большее значение, так как для них важно не только оставаться на достигнутом уровне, но и добиваться большего.

Мугуева Д.А. утверждает, что малый и средний бизнес всегда предпочитает опытных сотрудников молодым специалистам, что является ошибкой [6]. Молодые сотрудники намного активнее и при правильном подходе смогут приносить пользу компании. Согласно Львовичу К.И., наиболее активные молодые сотрудники могут становиться наставниками или тренерами внутри организации, привлекаться к конкурсам, конференциям, связанным с профессиональной деятельностью и т.д. [4]. Тлехурай-Берзегова Л.Т., Бюллер Е.А., Вождокова З.А. и Хотова И.Р. утверждают, что управление карьерой персонала требует значительных усилий, а также управленческих, материальных и интеллектуальных ресурсов [13]. Однако для работодателя такие вложения могут считаться инвестициями, т.к. эти затраты окупаются ростом конкурентоспособности компании. Следующий круг проблем – компетенции молодежи. Т.В. Смирнова и И.А. Межова разделяют компетенции на 3 группы (рис. 1).



Рис. 1. Классификация компетенций (составлено на основе [11])

К базовым компетенциям относятся знания, навыки и умения, необходимые для выполнения простых трудовых функций. Владение сотрудником базовыми компетенциями подтверждается документами, такими как диплом, сертификат и т.д. Профессиональная карьера молодых специалистов основывается на базовых компетенциях, которые он приобрел в процессе обучения. Специальные компетенции – это навыки и умения, необходимые для конкретной профессиональной деятельности, такие как знание иностранного языка, умение работать с определенными компьютерными программами и т.д. Такими компетенциями определяется ценность сотрудника, они наделяют его преимуществами на рынке труда. Универсальными компетенциями называют навыки и умения, способствующие развитию карьеры. К ним относятся различные качества человека: коммуникабельность, лидерские качества, аналитические способности и др [11]. Н.А. Македошина классифицирует компетенции (таблица), которые должны быть освоены молодыми специалистами в процессе обучения в высших учебных заведениях [5].

Таблица

Компетенции персонала (составлено авторами на основе [5])

| Название видов компетенций | Особенности |
|-----------------------------------|---|
| Общепрофессиональные | Совокупность знаний, навыков и умений, которыми должен обладать каждый специалист в различных сферах деятельности – способность решать трудовые задачи, планировать рабочий процесс, работать в коллективе. |
| Специальные | Компетенции, характеризующие работника как специалиста в определенной сфере деятельности – знания, навыки и умения, необходимые для работы в конкретной предметной области. |
| Информационные | Умение работать с информацией, информационными ресурсами, компьютерными программами, при необходимости осваивать новые, необходимые в профессиональной деятельности. |
| Коммуникативные | Навыки общения, взаимодействия с людьми – умение грамотно вести диалог как личного, так и профессионального характера, выступать перед аудиторией, работать в команде. |
| Социально-правовые | Понимание значения своей деятельности как члена общества, гражданина своего государства, принадлежность к коллективу как социальной группе; знание прав и обязанностей человека, умение применять законы на практике. |
| Компетенции деятельности | Понимание различных видов деятельности, опыт в их осуществлении (познавательной, учебной, игровой и т.д.); умение планировать, способность оценивать и анализировать. |
| Компетенция самосовершенствования | Способности к саморазвитию, выстраиванию персональной личной стратегии разностороннего развития, постоянное расширение знаний и накопление опыта. |

Развитие компетенций любого вида требует усилий со стороны молодого работника, но на этот процесс оказывают значительное влияние внешние факторы воздействия – семья, образовательные учреждения, работодатель и т.д.. Влияние работодателя на профессиональное развитие молодых специалистов часто недооценивается, однако их карьерный рост во многом зависит от среды, в которой они находятся в процессе профессиональной деятельности. Существует множество способов поддержания развития карьеры молодых работников со стороны организации – это может быть проведение обучения, работа с корпоративным психологом и коучем и т.д.

Обсуждение

Белова Е.О., Косюк П.В. и Калмыкова А.С. утверждают, что процесс планирования и реализация карьеры специалистов должны включать несколько этапов (рис. 2). Работодателю следует ознакомить работника с перспективами карьерного роста в компании. С помощью консультации с работником отдела кадров может быть разработан индивидуальный план карьерного роста в организации.

Молодых специалистов необходимо постоянно информировать о возможностях для обучения и программах повышения квалификации в организации или у ее партнеров, вакантных местах и др.. Далее должна быть разработана программа поддержки, цель которой – помочь сотрудникам в период карьерного кризиса. Наконец, для стимулирования

профессиональной активности работодатель должен продвигать сотрудников по карьерной лестнице [3]. Карьерный застой приводит к снижению мотивации, производительности труда, поэтому важно регулярное перемещение сотрудников в пределах организации.



Рис. 2. Этапы работы по планированию и реализации карьеры молодых сотрудников (составлено авторами на основе [3])

Одним из факторов, препятствующих успешному развитию карьеры молодых специалистов, по мнению Баранникова К.В. и Исмагиловой Ф.С., выступает расхождение представлений руководителя организации и работников по поводу различных аспектов профессиональной деятельности молодого персонала [2]. Речь идет о трудовом поведении сотрудников, операционной структуре их деятельности, различном понимании «успешной карьеры» и т.д.. Строев В.В. и Тихонов А.И. описали несколько способов развития карьеры сотрудников с помощью работодателя:

- составление индивидуальных планов развития;
- предоставление возможностей развития в различных сферах деятельности;
- определение КРП (ключевых показателей эффективности) и развитие компетенций, необходимых для повышения эффективности труда;
- проведение обучения персонала [10].

Стрельникова Л.А. считает карьерограмму эффективным инструментом планирования карьеры. Это графическое представление планов развития карьеры сотрудника внутри организации. Описаны два типа карьерограммы (рис. 3).



Рис. 3. Типы карьерограммы (составлено по [9])

В первом случае карьерограмму разрабатывают сотрудники отдела кадров. Практика такого рода встречается преимущественно в странах Запада и используется только для тех, кого работодатель считает наиболее ценными и перспективными работниками. Карьерограмма также может составляться сотрудником для себя. В таком случае работник обдумывает варианты развития своей карьеры в данной компании или в любой другой, определяет горизонт планирования и постепенно корректирует планы с течением времени. Данный инструмент планирования имеет ряд преимуществ. Имея четкий план действий, сотрудник способен принимать более взвешенные и рациональные решения по поводу своей карьеры [9].

Заключение

Таким образом, управление трудом молодых сотрудников базируется на нарративах:

- управление карьерой молодых специалистов – процесс, благодаря которому могут успешно реализоваться планы и амбиции начинающих работников и цели организации;
- в развитии карьеры молодого сотрудника важную роль играет воздействие работодателя, однако это влияние недооценивается, что приводит к негативным последствиям для обеих сторон;
- одним из важнейших факторов поддержки карьерного роста молодых специалистов остается согласование целей компании и сотрудника.

Управление карьерой молодых специалистов дает преимущества компании. Правильный подход в управлении персоналом позволяет работодателю создать трудовой коллектив из молодых, активных и компетентных работников, что делает компанию более конкурентоспособной. Вместе с тем для карьерного роста молодого специалиста важен набор компетенций, которыми он обладает. Чем больше знаний и умений демонстрирует молодой сотрудник в профессиональной деятельности, тем успешнее его карьера.

Литература

1. Антипина И.О. Основные аспекты управления карьерой в современной организации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук, 2023. – № 11-2.
2. Баранников К.В., Исмагилова Ф.С. Взаимодействие руководителя с молодыми специалистами по поводу их профессиональных ошибок: анализ методом фокус-группы // Организационная психология, 2022. – № 3.
3. Белова Е.О., Косюк П.В., Калмыкова А.С. Карьерограмма как инструмент развития предприятия // ЕГИ, 2022. – № 44.
4. Львович К.И. Об особенностях управления молодыми специалистами внутри организаций / К.И. Львович, А.А. Плотников // За нами будущее: взгляд молодых ученых на инновационное развитие общества: Сборник научных статей 3-й Всероссийской молодежной научной конференции. В 3-х томах, Курск, 03 июня 2022 года / Отв. Редактор А.А. Горохов. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022.

5. Македошина Н.А. Реализация компетентного подхода в практиках подготовки специалистов нового поколения // *Телескоп*, 2022. – № 1.
6. Мугуева Д.А. Карьерный рост молодых специалистов как фактор продуктивности функционирования компаний // *Вестник науки*, 2023. – № 1.
7. Мугуева Д.А. Специфика управления карьерой и развитием молодых специалистов в современных организациях // *Вестник науки*, 2023. – № 1.
8. Смирнова Т.В., Межова И.А. Профессиональная карьера: компетентный подход // *Актуальные проблемы авиации и космонавтики*, 2020.
9. Стрельникова Л.А. Управление внутрикорпоративной карьерой молодых специалистов в российских организациях // *Россия в глобальном мире*, 2013. – № 2.
10. Строев В.В., Тихонов А.И. Инструмент по карьерному развитию персонала на предприятиях аэрокосмической отрасли // *Московский экономический журнал*, 2022. – № 7.
11. Терешонок Т.А. Особенности трудового поведения современной российской молодежи // *Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология*, 2023. – № 4.
12. Тлехурай-Берзегова Л.Т., Бюллер Е.А., Водождокова З.А., Хотова И.Р. Управление деловой карьерой персонала как ключевое направление кадровой политики организации // *The Scientific Heritage*, 2020. – № 46-8.
13. Трушакова Н.Ю., Амирова Л.А. Коучинг как психолого-педагогический инструмент развития молодых специалистов в организации // *Вестник Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы*, 2023. – № 1.
14. Holschlag C., Masuda A.D., Reiche B.S, Morales C. Why do millennials stay in their jobs? The roles of protean career orientation, goal progress and organizational career management // *Journal of Vocational Behavior*, 2020.
15. Pastore F. Why is youth unemployment so high and different across countries? // *Studies in Higher Education*, 2018.

УДК 339.138

К.Р. Фомина

ВОПРОСЫ АКТУАЛИЗАЦИИ ESG-ПОВЕСТКИ В МАРКЕТИНГЕ ТЕРРИТОРИИ

K.R. Fomina

ISSUES OF UPDATING THE ESG AGENDA IN TERRITORY MARKETING

Ключевые слова: маркетинг территории, ESG-повестка, население, предприятия, решения, инфраструктура, сотрудники, устойчивое развитие.

Keywords: territory marketing, ESG agenda, population, enterprises, solutions, infrastructure, employees, sustainable development.

Цель: уточнить проявившиеся в настоящее время современные ориентиры в востребованности ESG-повестки в маркетинге территории. Обсуждение: в статье анализируются вопросы эволюции и современного понимания маркетинга территории; включенности населения и предприятий в ESG-повестку. Анализируются данные относительно интереса граждан к вопросам экологии, действий предприятий в части ESG-преобразований, а также основные тенденции в устойчивых преобразованиях российских регионов. Результаты: сделаны выводы о том, что ключевую роль в продвижении ценностей устойчивого развития среди местного населения и делового сообщества имеют университеты и крупный бизнес, банки. Это выводит на первый план проблематику создания образовательных площадок для информационной, образовательной и консультационной поддержки, что позволит, в конечном итоге, повысить эффективность реализации территориального маркетинга с учетом ESG-принципов за счет повышения вовлеченности местного и делового сообщества.

Purpose: to clarify the currently emerging modern guidelines in the demand for the ESG agenda in territory marketing. Discussion: the article analyzes the issues of evolution and modern understanding of territory marketing; inclusion of the population and enterprises in the ESG agenda. Data are analyzed regarding citizens' interest in environmental issues, the actions of enterprises in terms of ESG transformations, as well as the main trends in sustainable transformations of Russian regions. Results: it was concluded that universities and large businesses and banks play a key role in promoting the values of sustainable development among the local population and the business community. This brings to the fore the issue of creating educational platforms for information, educational and consulting support, which will ultimately improve the efficiency of implementation of territorial marketing taking into account ESG principles by increasing the involvement of the local and business community.

Электронный адрес: ksenya_fomina1999@mail.ru

Введение

Маркетинг территории на протяжении нескольких десятилетий представляет собой актуальное управленческое решение в планировании и реализации стратегических и тактических шагов по региональному развитию. Востребованность его объясняется новым пониманием конкурентной борьбы между территориями, в которой одно из ключевых значений имеет не только обладание определенными материальными ресурсами и наличие инфраструктуры, но также человеческий потенциал, который уже есть на территории и который привлекается для обеспечения возможности ее положительного эволюционирования. В свою очередь, привлечение, удержание, профессиональный рост, личностное развитие жителей территории, связанное с ее (территории) интересами, обеспечивает большие возможности по эффективным планируемым преобразованиям, осуществлению необходимых проектов. Маркетинг территории обеспечивает вектор планирования территориального развития с учетом интересов жителей, предпринимателей, управленцев, инвесторов и других заинтересованных лиц, что позволяет повысить эффективность принимаемых управленческих решений, принимаемых местным и деловым сообществом и поддерживаемых им. Отметим также, что сам маркетинг территории эволюционировал под обновленные задачи развития региональной экономики, что актуализирует исследование проявившихся в настоящее время его современных ориентиров.

Методы

В статье мы опираемся на мнение ряда специалистов в отношении эволюции маркетинга территории и его современной роли; а также на данные опросов ВЦИОМ об интересе населения к экологической повестке, а также специализированных исследованиях участия предприятий в ESG-преобразованиях. Используются методы сбора данных, графической интерпретации, анализа и синтеза данных.

Результаты

Характеризуя эволюцию территориального маркетинга (преимущественно, в зарубежной практике), ряд авторов отмечают, что он прошел путь от концепции, ориентированной, преимущественно, на крупный бизнес и привлечение инвестиций на любые проекты, включая промышленные, предполагающие ухудшение экологического благополучия, до брендинга мест и решений территориального маркетинга, ориентированного все целевые аудитории, включая местных жителей [3]. Кроме того, в настоящее время ряд специалистов идентифицирует его в качестве значимого элемента региональной экономической политики [1,2]. Однако, поскольку меняется сама региональная экономическая политика, точнее ее целевые установки, то изменению подлежат и основные ориентиры в осуществлении маркетинга территории. Так, например, существует точка зрения, согласно которой в маркетинге территории, а именно в планировании преобразований, учете интересов территории, предпринимателей, жителей и т.д., учитывается следование установкам устойчивого развития и вовлечение целевых аудиторий в ESG-ориентиры [10].

Обсуждение

Маркетинг территории, объективно интерпретируемый в качестве фактора социально-экономического развития территории, сегодня ввиду принятия ценностей устойчивого развития ориентирован на ESG-повестку. В данном контексте значимым является понимание подобной ориентации в практике российских регионов, что эксперты иллюстрируют следующим образом (рис. 1). Так, согласно приведенной точке зрения определенную роль сыграли формальные требования к соблюдению экологического законодательства, привлечению инвестиций в устойчивые (экологически и социально

ориентированные) проекты и внедрении цифровых решений в управлении регионом. Из современных тенденций маркируют разработку и внедрение рейтингов, позволяющих оценивать принятие целей устойчивого развития и следование им в рамках осуществления соответствующих проектов.



Рис. 1. Традиционные и современные тенденции в устойчивом развитии российских регионов, значимые для территориального маркетинга [9]

Важным направлением также является следование ESG-ориентирам при планировании и осуществлении управленческих решений в регионе. Еще одним трендом выступает реализация в регионе образовательных программ, способствующих вовлечению жителей в ESG-повестку, а также подготовке (информировании) делового сообщества. Следует понимать, что в территориальном маркетинге в части продвижения устойчивой повестки основную роль играют поддерживаемые региональными властями университеты, ведущие банки (предоставляющие нефинансовую отчетность о своей социальной, экологической ответственности и инвестирующие соответствующие проекты), а также, преимущественно, крупный бизнес, выступающий участником проектов по устойчивому преобразованию региональной экономики в интересах целевых аудиторий. О заинтересованности местного сообщества в российских регионах в следовании устойчивому развитию свидетельствуют данные ВЦИОМ, характеризующие интерес россиян к экологическим проблемам (рис. 2).

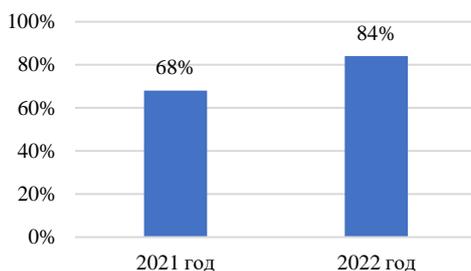


Рис. 2. Динамика интереса россиян к вопросам значимости экологических проблем в региональном развитии в 2021-2022 гг., % [10]

Как видим, за год заметен прирост интереса населения к экологическим вопросам. Однако, наряду с этим, многие считают, что обеспечивать тенденции экологического и социального преобразования региональной экономики необходимо на основе активностей федеральных (46%) и региональных (32%) властей. Получается, что, несмотря на заинтересованность в экологической повестке, население проявляет некоторую пассивность, что актуализирует значение отмеченной выше образовательной повестки для роста инициатив местного сообщества в регионах [10].



Рис. 3. Сведения о шагах и мотивах предприятий в следовании ESG-факторам, % [4]

В развитии регионов активность со стороны бизнеса проявилась следующим образом: в период с 2018 по 2022 г. было реализовано порядка 40 выпусков экологически и социально ориентированных облигаций на сумму более 500 млрд р. [10]. Важно также то, что для реализации амбициозных проектов бизнесом в регионах необходимо соответствующее кадровое обеспечение, т.е. необходима борьба за кадры, позволяющие данные проекты осуществлять. Характеризуя участие предприятий в регионах, как участков территориального маркетинга, в устойчивых преобразованиях с опорой на проведенные эмпирические исследования, можно отметить, что основной акцент ими сделан, преимущественно, на социальных (относящихся к собственным сотрудникам) и управленческих решениях (рис. 3). Как видим, запросы потребителей в качестве мотивации для бизнеса пока не входят в ТОП для соответствующих преобразований. Также требования деловых партнеров не в полной мере побуждают их социально и экологически ответственным действиям. Среди преобладающих факторов, воздействующих на преобразования, выступают регуляторные требования со стороны властей в части экологических требований, а также выполнения социальных гарантий по отношению к сотрудникам. В числе основных мотивов для преобразования выступают, в первую очередь, запросы собственных сотрудников и желание снижать собственные издержки. Важно также отметить, что в большинстве случаев в преобразованиях участвуют крупные предприятия, а средний и малый бизнес практически не проявляют соответствующей активности.

Заключение

Маркетинг территории был и в настоящее время остается значимым решением в обеспечении преобразований региональной экономики. Его популярность связана с обеспечением действий, нацеленных на учет интересов, как местного сообщества (населения), так и делового сообщества, инвесторов и привлекаемых к проживанию и построению карьеры на территории граждан, а также внешних инвесторов, проявляющих интерес в проектах, реализуемых в регионе. Маркетинг территории эволюционирует и в современной ситуации вступает в качестве составляющей региональной экономической политики, учитывающей следование повестке устойчивого развития, что актуализирует следование ESG-принципам в планировании и осуществлении социально-экономических преобразований. Для эффективных решений в осуществлении маркетинга территории, как фактора, участвующего в социально-экономических преобразованиях региональной экономики, необходимо участие всех вовлекаемых аудиторий. Однако, население в настоящее время, проявляя интерес к экологическим вопросам, является достаточно пассивным, перекладывает ответственность на федеральные и региональные власти. Несмотря на участие бизнеса в ряде экологических и социальных инициатив, укажем также, что преимущественно, их реализует крупный бизнес, тогда как малый и средний практически не вовлечены в эти вопросы. Все это позволяет, с опорой на ключевые тенденции устойчивого развития в российских регионах, подчеркнуть, что ключевую роль в продвижении ценностей устойчивого развития среди местного населения и делового сообщества имеют университеты и крупный бизнес, банки. Это выводит на первый план проблематику создания образовательных площадок для информационной, образовательной и консультационной поддержки, что позволит, в конечном итоге, повысить эффективность реализации территориального маркетинга с учетом ESG-принципов за счет повышения вовлеченности местного и делового сообщества.

Литература

1. Антонов В.Н. Структурно-содержательная модель системы маркетинга территорий как направления социально-экономической политики государства // Вестн. РУДН. Сер.: Экономика. – 2021. – Т. 29. – № 2. – С. 384-401.
2. Бондаренко В.А. Маркетинговые аспекты реализации социально-экономической политики в устойчивом развитии регионов России / В.А. Бондаренко, А.А. Воронов, Н.В. Полуянова // Маркетинг в России и за рубежом, 2022. – № 1. – С. 12-18.
3. Бондаренко В.А., Дадаев Н.А., Румянцев Н.Г. Маркетинг территории: эволюция, особенности теоретического обоснования и сложности практического воплощения в регионах России // Практический маркетинг, 2021. – № 9. – С. 25-29.
4. Кувалин Д.В., Зинченко Ю.В., Лавриненко П.А., Ибрагимов Ш.Ш. Российские предприятия в конце 2022 года: противодействие санкциям, взаимоотношения с банками и реакция на климатическую повестку // Проблемы прогнозирования, 2023. – № 3. – С. 200-216.
5. Павлова В.А. Особенности ведения торговых переговоров с представителями деловых кругов Китая // Практический маркетинг, 2023. – № 7. – С. 21-27.
6. Орлова В.А. Анализ факторов активизации спроса на устойчивые продуктовые инновации (на примере рынка тепловых насосов) // Практический маркетинг, 2023. – № 11. – С. 19-24.
7. Чернышева А.М. Роль региональных брендов в позиционировании национального бренда России с учетом современной геополитической ситуации / А.М. Чернышева, Е.А. Дегтерева, А.М. Зобов // Практический маркетинг, 2023. – № 11. – С. 25-31.
8. Шевченко Д.А. Влияние механизмов цифровой коммуникации: UGC, eWOM, UX на персонализацию потребительского выбора высшего образования в социальных сетях: кейс кафедры РГСУ // Практический маркетинг, 2023. – № 6. – С. 42-49.
9. Замятина М.Ф. Устойчивое развитие российских регионов в контексте современных вызовов: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iresras.ru/uploads/Presentation/2023/04.12Zamiatina.pdf>.
10. Как ESG-принципы способствуют развитию российских регионов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/industries/news/651fc16d9a79476386445634>.
11. Aguinis H., Glavas A. What we know and don't know about Corporate Social Responsibility: a review and research agenda // Journal of Management, 2012. – № 38. – P. 932-968.
12. Amel-Zadeh A., Serafeim G. Why and How Investors Use ESG Information: Evidence from a Global Survey // Financial Analysts Journal, 2018. – V.74. – I. 3. – P. 87-103.

УДК 339.138

Чжэн Цянь, К.А. Новиков

**ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
МАРКЕТПЛЕЙСОВ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ**

Zheng Qian, K.A. Novikov

**MARKETING TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES
OF MARKETPLACES IN THE INTERNET ENVIRONMENT**

Ключевые слова: маркетинговые технологии, конкуренция, маркетплейсы, продвижение брендов, маркетинговые инструменты, интернет-магазины, цифровизация, продавцы, покупатели.

Keywords: marketing technologies, competition, marketplaces, brand promotion, marketing tools, online stores, digitalization, sellers, customers.

Цель: выявление наиболее продуктивных маркетинговых инструментов для продвижения организаций на российских маркетплейсах Wildberries и Ozon. Обсуждение: в статье рассматриваются схожие и различные черты при продвижении товаров и услуг на Wildberries и Ozon. Технологии маркетинга призваны помогать компаниям организовать успешную деятельность на рынке. В последние годы в России возросла популярность маркетплейсов, как платформ в Интернет-пространстве, на которых удобно приобретать товары и услуги. На фоне пандемии коронавируса в 2020-2021 гг., когда люди оказались изолированными от посещения торговых центров, популярность маркетплейсов возросла в разы. Появилось множество малых и средних предприятий, которые размещают свои товары и услуги на маркетплейсах, таких, например, как Wildberries и Ozon. На фоне спроса количество компаний на этих площадках существенно возросло, следовательно, появилась высокая конкуренция. Чтобы с ней справиться, предприятия вынуждены использовать маркетинговые технологии, которые отличаются от тех, которые применяются при продвижении интернет-магазинов. Результаты: в результате сравнительного анализа была составлена таблица, в которой представлены ключевые маркетинговые средства повышения узнаваемости брендов на площадках Wildberries и Ozon. Вывод статьи сводится к тому, что оба маркетплейса предусмотрели в своем арсенале множество эффективных маркетинговых технологий для продвижения брендов сотрудничающих с ними продавцов.

Purpose: identifying the most productive marketing tools for promoting organizations on the Russian marketplaces Wildberries and Ozon. Discussion: the article discusses similar and different features when promoting goods and services on Wildberries and Ozon. Marketing technologies are designed to help companies organize successful activities in the market. In recent years, the popularity of marketplaces has increased in Russia as platforms in the Internet space on which it is convenient to purchase goods and services. Against the background of the coronavirus pandemic in 2020-2021, when people were isolated from visiting shopping centers, the popularity of marketplaces increased significantly. Many small and medium-sized enterprises have appeared that place their goods and services on marketplaces, such as Wildberries and Ozon. Against the backdrop of demand, the number of companies on these sites has increased significantly, therefore, high competition has emerged. To cope with it, enterprises are forced to use marketing technologies that differ from those used when promoting online stores. Results: as a result of the comparative analysis, a table was compiled that presents the key marketing means of increasing brand awareness on the Wildberries and Ozon platforms. The conclusion of the article is that both marketplaces have in their arsenal many effective marketing technologies for promoting the brands of sellers cooperating with them.

Электронный адрес: 1037285731@qq.com, novikovk1992@mail.ru

Введение

Благодаря стремительному росту числа доступных россиянам онлайн-инструментов и услуг для розничной торговли малый и средний бизнес получил возможность выйти за пределы своих географических регионов и открыть «цифровые витрины» – маркетплейсы. Рост таких онлайн-торговых площадок в России облегчил ведение бизнеса в Интернете. Пик развития маркетплейсов в нашей стране пришелся на период пандемии коронавируса в 2021 году и продолжается по сей день [3]. Россияне привыкли покупать товары и услуги на маркетплейсах по причине широкого ассортимента, отсутствия необходимости выходить из дома, а также из-за высокого сервиса, который предлагают исследуемые нами в статье Ozon и Wildberries. В современных экономических системах отношения между экономическими субъектами становятся все более дистанционными и онлайн-выми. Процесс взаимодействия между предприятиями (продавцами и покупателями) в онлайн-среде каждый день представляет новые характеристики и направления. При этом разнообразные возможности использования информационных технологий в различных экономических операциях, с одной стороны, обеспечивают удобство работы многих предприятий, а с другой стороны, предоставляют широкое поле деятельности для всевозможных мошенников и преступников. В связи с этим успех предприятия в онлайн-среде заключается не только в эффективной маркетинговой стратегии реализации товаров, но и в политике, обеспечивающей экономическую безопасность [1]. Актуальность темы исследования заключается в том, что маркетинговые инструменты, используемые на рынке маркетплейсов, отличаются от тех, которые используются на сайтах интернет-магазинов. Прежде всего, разница в том, что на одной онлайн-площадке находится большое количество продавцов, что затрудняет однозначный выбор в пользу того или иного бренда, а также очень важно выделиться среди аналогичных компаний. Поэтому основной задачей маркетинговой стратегии является оригинальность и креативность, которых очень сложно достичь в этом виде онлайн-торговли. Научно-исследовательские цели:

- сравнительный анализ методов продвижения товаров и услуг Wildberries и Ozon на российском рынке;
- определить наиболее эффективные маркетинговые инструменты;
- на примере Wildberries и Ozon определить основные принципы маркетингового продвижения.

Методы

Методы исследования: теория (классификация, синтез, анализ информации о продвижении маркетплейсов), сравнительный анализ инструментов маркетинга Wildberries и Ozon и обобщение результатов. Анализ научной литературы позволил обнаружить, что исследований в области продвижения брендов на площадках маркетплейсов в России в настоящее время относительно мало. В то же время можно отметить следующих российских и зарубежных авторов, которые внесли

наибольший вклад в изучение проблематики маркетинговых технологий в деятельности маркетплейсов. Среди них И.А. Денисенко, Е.Н. Александрова и А.А. Безносков, А.В. Петрова, П.В. Шендрик, Д. Чаффи, Л. Фан, С. Сузер и др. Практическая значимость исследования обусловлена тем, что его результаты могут быть использованы при выходе на маркетплейсы различных компаний, а также при подготовке студентов, изучающих маркетинговые технологии.

Результаты

Платформа Wildberries является крупнейшей на российском рынке и ее продажи растут на 90% каждый год. В 2022 году они превысили 1,67 трлн р. На платформе зарегистрировалось более 500 000 предпринимателей, что также свидетельствует о ее необычайной популярности. Основная маркетинговая стратегия маркетплейса – привлечение к сотрудничеству представителей малого и среднего бизнеса [5]. Это решение не только увеличило разнообразие товаров, но и снизило цены на товары, привлекло множество покупателей, а спрос увеличился в несколько раз. Еще одним преимуществом площадки Wildberries является то, что по сравнению с конкурентами платформа имеет самую простую процедуру регистрации и создания личного аккаунта для продавцов [9]. Прямой конкурент Wildberries – маркетплейс Ozon с объемом продаж 832,6 млрд р. к 2022 году и ежегодным темпом роста 70–80%. Успех Ozon обусловлен его эффективными маркетинговыми операциями, направленными на достижение высоких прибылей и привлечение большого количества брендов за счет увеличения ассортимента продукции и введения новых категорий [11]. В настоящее время на рынке более 25 млн активных пользователей с личными кабинетами, индивидуальными правами и бонусами. Важнейшими направлениями продаж Ozon являются продажа продукции, а также реализация услуг [10]. Он стал первой торговой площадкой, на которой продавалось обязательное страхование автогражданской ответственности, онлайн-подписка на фильмы и различные онлайн-медицинские услуги. Логистическая система Ozon очень развита, и он активно обслуживает другие интернет-магазины, что является очень важным источником дохода. Данное направление позволит не только сделать рынок прибыльным, но и саморекламировать, поскольку покупатели будут получать товары, купленные под брендом Ozon в других интернет-магазинах, в пункте самовывоза. На основе сравнительного анализа двух наиболее популярных в России маркетплейсов – Wildberries и Ozon – была составлена таблица.

Таблица

Способы продвижения на российских маркетплейсах

| Wildberries | Ozon |
|--|----------------------------|
| Нативная реклама | Продвижение в поиске |
| Таргетированная реклама | Медийная реклама |
| Реклама в каталоге, в рекомендациях, в списках товаров | Участие в акциях |
| Брендзона | Получение баллов за отзывы |
| Обзоры товаров | Так называемые «трафареты» |
| Рассылка по электронной почте | Брендовая «полка» |

В целом механизм маркетингового продвижения товаров, представленных на маркетплейсах, довольно простой, хотя и требующий вложений. Преимущество заключается в том, что как Wildberries, так и Ozon уже разработали эффективные инструменты повышения осведомленности целевой аудитории и брендов и поэтому самим продавцам фактически нет необходимости что-то делать, кроме оплаты услуг маркетплейса. Кроме того, бренды могут работать над повышением осведомленности о продукте также и за пределами маркетплейса с помощью рекламы и других маркетинговых стратегий, чтобы привлечь трафик на свои страницы со списком товаров и услуг.

Обсуждение

Маркетплейс – это платформа, на которой поставщики могут объединяться и продавать свои продукты или услуги тщательно отобранной клиентской базе [12]. Роль владельца торговой площадки заключается в том, чтобы связать подходящих продавцов с нужными клиентами через собственную мультивендорную платформу для стимулирования продаж. У продавцов есть место для демонстрации и продажи своей продукции, а владелец торговой площадки получает комиссию с каждой продажи. Главным отличием маркетплейса от интернет-магазина является то, что последний представляет собой независимый магазин (по сути, такой же, как офлайн-магазин), продающий товары через Интернет. В данном случае маркетинговые технологии применяются не отдельными продавцами, а одной компанией, которой принадлежит этот интернет-магазин, а также официальный веб-сайт, на базе которого организованы продажи товаров и услуг. Еще одним различием в ведении бизнеса в виде маркетплейса и интернет-магазина является то, что организатор маркетплейса не является владельцем товаров и услуг, которые размещены на его площадке. Он лишь «сдает в аренду» виртуальные «торговые площадки». В качестве примера интернет-магазина можно привести сайты таких брендов, как российский дизайнерский бренд «12 Stories», косметический бренд «Доктор Кондрашова», производитель российских автомобилей «Lada Калина» и пр. Примерами маркетплейсов на российском рынке являются Wildberries, Ozon, Lamoda и др. На основе сравнения маркетплейсов и интернет-магазинов мы составили следующий список главных отличий между этими, на первый взгляд, похожими торговыми площадками.

1. Интернет-магазины вынуждены иметь значительный запас своей продукции на складских помещениях. Маркетплейсы, в свою очередь, могут не предоставлять услуги хранения отдельным продавцам. Тогда сотрудничающие с маркетплейсами компании вынуждены иметь собственные места хранения товаров. В то же время для удобства и привлечения продавцов российские маркетплейсы Wildberries и Ozon открыли множество складских помещений, чтобы помочь продавцам частично хранить свой товар на их складах, что помимо прочего облегчает и ускоряет процесс доставки продукции от продавца покупателю.

2. При приобретении товаров и услуг на маркетплейсах клиенты, как правило, остаются более удовлетворенными, чем при покупке через интернет-магазин. Это обусловлено тем, что в функциональные обязанности маркетплейса входит процесс предоставления продавцам лучшей платформы для пользователей: поставщиков торговой площадки и клиентов, которым они продают. В частности, для предпринимателей, которые используют современное SaaS-решение для рынка, чтобы позаботиться о технологической стороне рынка, на их долю приходится гораздо меньше. Это означает, что они могут по-настоящему сосредоточиться на повышении ценности для своих пользователей и оптимизации рынка для наилучшего удовлетворения их потребностей. В то же время много работы маркетплейсов уходит на курирование и модерацию контента. Например, создание гипервертикального рынка, ориентированного на конкретную нишу, требует от владельца рынка

большой работы по поиску продавцов и включению правильных продуктов. Однако усилия окупаются. Поскольку под одной крышей продается так много продавцов, торговые площадки становятся очень интересным местом для потребителей, где они могут найти более дешевые варианты и новые альтернативы. Хорошо организованный рынок может стать огромным сообществом очень довольных клиентов.

3. Экономичная масштабируемая бизнес-модель. Маркетплейсы предлагают своим владельцам экономичные и масштабируемые бизнес-модели. Некоторые из крупнейших компаний мира могут служить отличным примером. У Uber, например, нет собственных автомобилей. Airbnb не владеет квартирами, а Amazon не владеет большей частью товаров и услуг, которые они продают. Хотя рыночным площадкам необходимо продавать большее количество товаров или услуг, чтобы выйти на уровень безубыточности, тот факт, что основное внимание уделяется платформе и охвату потребителей, означает, что экономии за счет масштаба достичь легче. Это означает, что, в отличие от других цифровых компаний, новые владельцы торговых площадок могут быть удивлены тем, чего они могут достичь с относительно небольшой командой. С развитием технологий SaaS, которые помогают запустить рынок с новейшими готовыми продуктами, содержание инфраструктуры становится относительно низким, поскольку обслуживание и обновления выполняются провайдером. Подобные решения означают, что торговые площадки могут эффективно функционировать с помощью очень небольшой команды инженеров. Это позволяет рынкам оставаться экономичными и готовыми адаптироваться к меняющейся и конкурентной среде электронной коммерции. Что касается России, маркетплейсы появились у нас давно, одновременно с западными аналогами, однако, получили популярность гораздо позже. Первым таким маркетплейсом в России стал Ozon. Доходы российских маркетплейсов в 2023 году увеличатся на 27% по сравнению с 2022 годом, достигнув 59,1 млрд р. Об этом свидетельствует совместное исследование аналитических компаний Tinkov Commerce и Data Insights. Этот отчет был опубликован 29 января 2024 г. [4]. Согласно исследованию, к 2023 году агрегаторы доставки продуктов будут занимать более половины (53%) нишевого рынка. Почти четверть продаж приходится на продажи Lamoda (22%). Рынок автозапчастей занимает 8% доли рынка, крупные рынки («Детский мир», «М.Видео», «Леруа Мерлен» и др.) – 8%, другие категории – 6%, фармацевтика – 3% (рисунок).

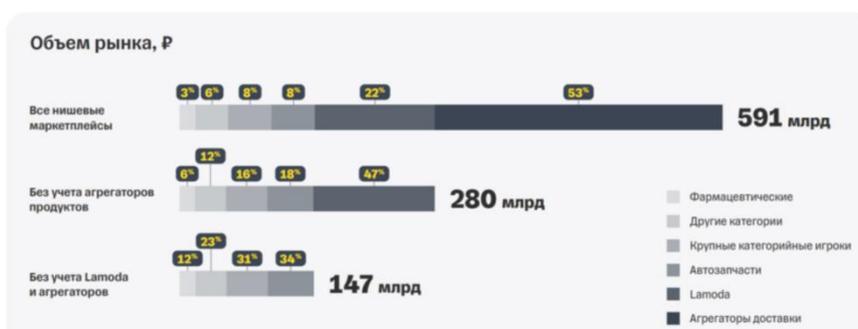


Рисунок Структура рынка нишевых маркетплейсов в России в 2023 году

Появление множества маркетплейсов привлекло на их площадки большое количество предпринимателей, которые стремятся продать там товары и услуги. Как и в случае с офлайн-продажами, в онлайн-пространстве требуется использование маркетинговых стратегий для привлечения покупателей с целью увеличения прибыли. Особенностью функционирования маркетплейсов является то, что технологии маркетинга отличаются от тех, которые используются в цифровой среде для продвижения брендов. Во многом этому способствует то, что большинство инструментов встроены в площадки маркетплейсов и позволяют настроить и оплатить рекламу непосредственно из личного кабинета предпринимателя. Это, с одной стороны, существенно упрощает процесс продвижения товаров и услуг. Однако с другой стороны, сам формат маркетплейса не позволяет эффективно задействовать ряд рабочих и успешных инструментов цифрового маркетинга, которые хорошо зарекомендовали себя за последние годы. В результате проведения сравнительного анализа маркетинговых инструментов для продвижения товаров и услуг на Wildberries и Ozon было установлено, что многие способы повышения трафика схожи. Прежде всего, они опираются на то, чтобы повысить позицию карточки товара в поиске. Это также называется продвижением в поиске. На обоих маркетплейсах эта опция продвижения доступна непосредственно в личном кабинете компании, что существенно облегчает задачу по оплате и настройке этого маркетингового инструмента. В отличие от Ozon, Wildberries ранжирует оптимизацию поиска: реклама в списке товаров, реклама в каталоге, реклама в рекомендациях и пр. Этот способ позволяет дополнительно повысить просмотры рекламируемого бренда. Обе платформы успешно используют медийную рекламу, которая представляет собой размещение рекламного баннера на заглавной странице маркетплейса. Это может быть либо фото-, либо видеобаннер. Отметим также, что в список важнейших инструментов продвижения на обеих маркетплейсах является участие товара в разнообразных акциях. Несмотря на то, что Wildberries и Ozon применяют разные названия и визуальные оформления акций для клиентов, смысл их сводится к тому, чтобы повысить привлекательность продаваемого товара или услуги. Кроме того, и Wildberries, и Ozon используют для стимулирования покупателей такой прием, как баллы (или бонусы) за отзывы. Известно, что рейтинг товара или услуги на маркетплейсах помогает стимулировать целевую аудиторию на покупку. Для повышения рейтинга очень важны отзывы. Следовательно, компании идут на то, чтобы поощрять покупателей оставлять отзывы, причем, рекомендации с фотографиями ценятся выше.

Рассмотрим различия в маркетинговых инструментах Wildberries и Ozon. Прежде всего, стоит упомянуть «маркетинговую полку» – плашку на заглавной странице Ozon, в которой осуществляется автоматическая подборка товаров того бренда, который проплатил рекламу. У Wildberries такая опция отсутствует. Ozon и Wildberries также предлагают предпринимателям, размещающим товары и услуги на его площадке, отдельные виды рекламы, которые необходимо заказывать и оплачивать через менеджеров. Для такой рекламы могут потребоваться специальные рекламные материалы, подробности которых будут обсуждаться отдельно. Типы доступной рекламы включают в себя истории и потоковая передача Ozon и Wildberries, реклама на экране приложений, дизайн области бренда, взаимодействие с продуктом в маркетинговых электронных письмах, push-уведомления, телевизионная реклама, доставка по категориям. В отличие от Ozon, Wildberries имеет так называемую брендзону, которая в практическом плане представляет собой страницу продукции бренда, доступ к

которой можно получить напрямую через строку поиска или через каталог бренда. Здесь показаны товары одного и того же бренда независимо от поставщика. Другими словами, если продавец перепродает товар какой-либо марки, он будет маркировать с продавцами, продающими тот же товар в пределах торговой марки. Но если у продавца есть свой бренд и он продает его только сам, то территория бренда принадлежит только ему. Это стимулирует предпринимателей создавать свои уникальные бренды, что в последствие позволяет им легче продавать свою продукцию. Wildberries пошел в развитии инструментов дальше Ozon и создал сайт WB.Guru, где регулярно появляются обзоры продаваемой на этом маркетплейсе продукции. Заказать экспертную статью продавцы могут через менеджеров Wildberries. Кроме того, Wildberries имеет еще один способ продвижения в своем арсенале – Мой магазин. Этот способ представляет для продавца бесплатную возможность создать витрину своих товаров, которая будет соответствующим образом оформлена дизайнерами маркетплейса. Такой прием повышает узнаваемость бренда и позволяет привлечь дополнительный трафик на страницу продавца. Мы установили, что важнейшей задачей маркетинговой стратегии на этих площадках является то, чтобы сделать страницу с товаром компании как можно чаще просматриваемой потенциальными покупателями. Это – особенность функционирования маркетплейсов и их главный недостаток для брендов. Согласно исследованиям, как только карточка товара опускается в списке поиска ниже пятой страницы, просматриваемость падает на 55%. Таким образом, чтобы быть лидером по продажам, компании важно быть в топе поиска и активно работать над рейтингом. Итак, мы выявили наиболее эффективные технологии маркетинга при размещении товаров и услуг на маркетплейсах на примере Ozon и Wildberries. Кроме этого, существует ряд рекомендаций от опытных маркетологов, специализирующихся на маркетплейсах, которые стоит учитывать работающим на этих платформах брендам. Остановимся на некоторых из них более подробно.

1. Прежде всего, ключевую роль играет то, насколько правильно с точки зрения органических маркетинговых технологий составлена товарная карточка продавца. Так, необходимо включать ключевые слова в текст описания товара и услуги, стремиться получить всевозможные метки маркетплейса («новичок», «гуру», «эксперт»), а также заполнить все предлагаемые поля. Важно убедиться, что название четко описывает, что представляет собой товар, и дает клиентам четкое представление о том, будет ли он совместим с их потребностями. Необходимо упомянуть название бренда, уточнить использование продукта и его основные преимущества. Самое главное, чтобы заголовок был прямым и кратким. На основной фотографии бренда должно быть четко показано, что представляет собой продукт, без необходимости масштабирования или панорамирования. Дополнительные фотографии должны показывать продукт с других ракурсов и визуализацию образа жизни, если это применимо. Также хорошей идеей будет приложить фотографию обратной стороны коробки с продуктом, чтобы показать все инструкции или ингредиенты. У каждого маркетплейса существует список требований и рекомендаций к изображениям продуктов. Пункты списка должны быть краткими и включать все ключевые области, которые клиентам необходимо знать, прежде чем им придется прокручивать страницу вниз, чтобы увидеть дополнительную информацию. Большинство покупателей быстро просматривают описание, поэтому абзац в 15 строк не подойдет. Важно повторить наиболее важные аргументы в пользу продажи и упомянуть любые подтверждающие факты, чтобы помочь клиентам понять, почему им следует купить именно этот продукт прямо сейчас.

2. Необходимо обязательно участвовать во всевозможных акциях и розыгрышах, поскольку эти инструменты являются одними из самых эффективных в деле продвижения брендов. На это уходит довольно много времени, и поэтому многие продавцы пренебрегают этим, что является с их стороны ошибочным суждением. Тем самым они теряют лояльную аудиторию и упускают возможность повысить трафик на их страницу. Товары, которые чаще других участвуют в акциях, награждаются маркетплейсами тем, что их баннеры размещаются бесплатно на главных страницах Ozon и Wildberries.

3. Обеспечить качественный уровень коммуникации с покупателями. Ключом к формированию лояльного сообщества и удержанию уже имеющихся клиентов является непосредственный и регулярный диалог с ними. Маркетплейсы позволяют сделать это в комментариях к отзывам. В данном случае профессиональные маркетологи рекомендуют не отвечать своим покупателям одной шаблонной фразой, а вступать с ними в более доверительные и персональные диалоги. Это обычно приносит больше клиентов, а также обеспечивает то, что сделавшие покупку клиенты еще раз возвращаются.

4. Важно постоянно предпринимать попытки выделиться на фоне многочисленных конкурентов. Это особенно важно, когда речь идет о похожих товарах и услугах. Для этого на маркетплейсах работает следующее правило: нужно создавать уникальный контент. Наиболее эффективными будут видео motion, дизайнерские «цепляющие» баннеры и необычные фотографии. Для эффективного бизнеса на маркетплейсах компаниям необходимо сочетать внутренние инструменты продвижения этих площадок с внешними. Эта синергия маркетинговых технологий способна в несколько раз увеличить продажи. Многие бренды не учитывают эту часть, но направление внешнего трафика через Яндекс – эффективный способ продвижения продуктов на Ozon и Wildberries. Логика проста: больше каналов продаж означает большую видимость, а большая видимость означает, что больше людей в конечном итоге покупают продукты. Реклама Яндекс очень похожа на рекламу спонсируемых продуктов на Ozon и Wildberries, за исключением того, что продавец сможет охватить миллионы пользователей Яндекса, которые выполняют поиск по их результатам, а не строго по Ozon и Wildberries, что помогает бренду создать более широкую сеть и достигаться до целевой аудитории. Ozon и Wildberries дает продавцам инструменты, позволяющие привлечь миллионы покупателей, готовых совершить покупку. Однако, когда пользователь совершает покупку через маркетплейс, он не является потребителем конкретно этого бренда. Вместо этого это потребитель Ozon и Wildberries. И, согласно условиям обслуживания этих маркетплейсов, продавцы не могут собирать адреса электронной почты покупателей и им запрещено связываться с клиентами Ozon и Wildberries в маркетинговых целях. Однако существует способ использовать электронный маркетинг для продвижения продуктов Ozon и Wildberries – это Яндекс. Хитрость здесь заключается в том, чтобы отправить пользователей на страницу между рекламой Яндекс и списком товаров Ozon и Wildberries. На этой целевой странице продавец может предложить код скидки в обмен на адрес электронной почты. Таким образом, у клиента будет стимул совершить покупку, и продавец в конечном итоге получит электронное письмо до того, как этот клиент достигнет Ozon и Wildberries.

Заключение

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Маркетплейсы испытали пик популярности в 2021 году, когда россияне были вынуждены делать покупки онлайн, будучи изолированными по причине пандемии коронавируса. Однако даже после ее окончания многие люди предпочитают совершать покупки на этих универсальных площадках, предоставляющих большой ассортимент разнообразных товаров и услуг. Маркетплейсы также являются удобным местом для продажи и для предпринимателей, поскольку обеспечивают упорядоченный сервис, предоставляют удобную площадку и возможность размещения рекламы и продвижения товаров и услуг. Одной из ключевых особенностей размещения рекламы

на маркетплейсах является то, что на этих платформах очень высока конкуренция, потому что там продаются одинаковые товары от разных компаний. Отсюда следует, что продавцам необходимо тратить значительные средства на закуп рекламы, а также пытаться выделиться на фоне других таких же предпринимателей. Это бывает сложно, поскольку сам формат маркетплейсов технически не представляет возможности проявить творческий подход к продвижению за исключением, пожалуй, создания уникального дизайна рекламных баннеров, а также фото- и видеоконтента на странице магазинов. Посредством проведения сравнительного анализа наиболее популярных в России маркетплейсов – Ozon и Wildberries – мы установили, что они действительно представляют собой удобную платформу как для продажи, так и для рекламы товаров и услуг. Причем, многие из них предприниматели могут самостоятельно настроить в личном кабинете. Есть опция как платного, так и бесплатного продвижения. Оба маркетплейса используют почти одинаковый набор маркетинговых инструментов, предлагая их селлерам. И Ozon, и Wildberries используют, прежде всего, поисковую оптимизацию, направленную на то, чтобы покупатель видел товар или услугу наверху в строке поиска. Мы выявили, что рейтинг магазина или отдельно взятого товара является залогом успешных продаж на маркетплейсах. Кроме того, обе платформы активно используют такие маркетинговые инструменты, как акции, розыгрыши, баллы за отзывы. Они могут иметь разные названия и условия на Ozon и Wildberries, однако, смысл от этого не меняется. Мы также выявили, что продавцам крайне важно придерживаться рекомендаций самих этих маркетплейсов, поскольку на практике Ozon и Wildberries лучше знают особенности своих пользователей и на основе анализа определили наиболее эффективные рекламные практики и техники. В частности, продавцам следует должным образом заполнять карточку товаров, максимально использовать возможности покупки рекламы в офисах продаж Ozon и Wildberries, а также настраивать оптимизацию самостоятельно в личных кабинетах.

Литература

1. Александрова Е.Н., Безносков А.А. Маркетинг как основа эффективной деятельности современных маркетплейсов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук, 2022. – № 6-3.
2. Денисенко И.А., Козлова Е.А., Платонова И.И. Цифровые маркетплейсы в условиях COVID-19 // СЭП, 2021. – № 3.
3. Петрова А.В. Управление товарным ассортиментом на маркетплейсах // Экономика и бизнес: теория и практика, 2023. – № 7.
4. Федоров П.Г. Ретейл против маркетплейса // Российское конкурентное право и экономика, 2020. – № 4.
5. Челяпина В., Лизакова Р.А. Особенности продажи товаров на маркетплейсах // Умная цифровая экономика, 2022. – № 3.
6. Шендрик П.В. Теоретические особенности функционирования маркетплейсов // МНИЖ, 2022. – № 10.
7. Интернет-торговля в России 2022. [Электронный ресурс] URL: https://datainsight.ru/eCommerce_2022.
8. Chaffey D. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice / D. Chaffey, F. Ellis-Chadwick. – Harlow: Pearson Education, 2016. – P. 94-96.
9. Constantinescu M. Caescu S., Botezatu F., Mateescu L. Use of Online Marketplaces for Marketing and Management Specialists: A Sustainable Business Model Perspective // International Journal of Business and Administrative Studies, 2021. – № 7.
10. Fan L. The Forming of E-Platform-Driven Flexible Specialisation: How E-Commerce Platforms Have Changed China's Garment Industry Supply Chains and Labour Relations // China Perspectives, 2021. – № 1. – P. 29–38.
11. Sozuer S. et al. The Past, Present, and Future of Marketing Strategy // Marketing Letters, 2020. – V. 31. – № 2/3. – P. 163–74.
12. Syihab B., Widayat W., Fiandari Y. Inbound Marketing Strategies in Increasing Sales to Sellers in Online Marketplaces. International Journal of Professional Business Review, 2023.

УДК 334.021

А.Ю. Шамков

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: ГРАНИЦЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

A.YU. Shamkov

SOCIAL RESPONSIBILITY OF A MODERN ENTERPRISE: BOUNDARIES AND DIRECTIONS OF IMPLEMENTATION

Ключевые слова: модель здоровьесбережения, социальная ответственность, концепции, принципы, границы, безопасный труд, территория присутствия, благоприятная среда, жизнедеятельность, персонал, население.

Keywords: health saving model, social responsibility, concepts, principles, boundaries, safe work, territory of presence, favorable environment, vital activity, staff, population.

Цель: сократить число теоретико-методических лакув в сфере социальной ответственности бизнеса, предполагающей реализацию профильных проектов и программ; доказать, что социальные мероприятия и проекты в большинстве случаев не имеют теоретико-методического обоснования. Обсуждение: каждое предприятие самостоятельно в определении объема своей социальной ответственности и ее осуществлении. Социальная ответственность определяется ущербом от производственной деятельности предприятия. Данный ущерб представляет собой ухудшение здоровья персонала предприятия в результате трудовой деятельности на производстве и ухудшение здоровья населения, проживающего на территории присутствия предприятия (территории, являющейся зоной производственной деятельности и ее результатов), в результате ухудшения условий его жизнедеятельности под влиянием негативных производственных факторов (вредные производственные выбросы, шум, загрязнение почв, различные формы излучения и т.д.). Результаты: предлагается социальную ответственность бизнеса ограничить мерами, нивелирующими ухудшение здоровья персонала предприятия и населения в результате производственной деятельности.

Purpose: to reduce the number of theoretical and methodological gaps in the field of business social responsibility, involving the implementation of specialized projects and programs; to prove that social events and projects in most cases do not have a theoretical and methodological justification. Discussion: each enterprise is independent in determining the scope of its social responsibility and its implementation. Social responsibility is determined by the damage caused by the company's production activities. This damage is a deterioration in the health of the company's personnel as a result of work in production and a deterioration in the health of the population living in the territory of the company's presence (the territory that is the zone of industrial activity and its results), as a result of deterioration of its living conditions under the influence of negative production factors (harmful industrial emissions, noise, soil pollution, various forms of radiation etc.). Results: it is proposed to limit the social responsibility of business to measures that offset the deterioration of the health of the company's personnel and the population as a result of production activities.

Электронный адрес: ecth@mc.asu.ru

Введение

В современных условиях реализация предприятиями РФ социальных проектов и программ, охватывающих не только работников предприятий, но и отдельные группы населения, становится стандартным правилом организации бизнеса. Это феномен, имеющий характер добровольности в части реализации отдельных мероприятий социальной направленности. В условиях российской действительности выполнение целого ряда обязательств перед сотрудниками в части оплаты труда, условий и режима трудовой деятельности, охраны и безопасности труда, регламентируется законодательными и нормативными актами федерального, отраслевого, регионального, а иногда и местного уровня. Относительно реализации других направлений социальной деятельности организация самостоятельна. Принятие решений о проведении социальных мероприятий и реализации корпоративных социальных программ на разовой или постоянной основе принимается организацией исходя из финансовых и материальных возможностей и целесообразности их реализации.

Методы

Автор использовал следующие методы научного познания: мониторинг и диагностику, дедукцию и индукцию, табличный метод, сравнение, описание, ретроспективный подход, монографический подход, синтез, наблюдение, вербально-графическое моделирование, когнитивный подход и др..

Результаты

В понимании российских ученых социальная ответственность бизнеса зачастую охватывает весь спектр инициативных расходов современных компаний, направленных не только на социальные цели, но и экологические, а иногда и производственные, о чем свидетельствуют определения социальной ответственности бизнеса, представленные в справочной и научной литературе (таблица). Реализация современными предприятиями мер социальной ответственности базируется на учете ряда обстоятельств. Социальная ответственность – это следствие хозяйственной деятельности предприятия, что соответствует этимологии данного термина. В подтверждение данного тезиса приведем некоторые определения термина «ответственность». Согласно социологическому словарю ответственность – это обязанность и готовность субъекта отвечать за совершенные действия, поступки и их последствия [18]. Ответственность – это обязанность экономического субъекта отвечать по принятым им обязательствам, выполнять договоры, соблюдать законы, платить налоги, компенсировать ущерб, нанесенный чужой собственности, окружающей среде [18]. Таким образом, следует признать, что социальная ответственность современного предприятия – это форма его ответственности за результаты производственной деятельности, причиненный ущерб, имеющая обязательный характер.

Мы разделяем позицию авторов, по мнению которых реализация мер социальной ответственности представляет собой целенаправленную деятельность предприятия, охватывающую вполне определённый круг вопросов, касающихся его взаимоотношений с людьми и реализуемых в рамках действующего законодательства (соблюдение прав и свобод, предоставление социальных гарантий, охрана труда) или в инициативном и добровольном порядке (улучшение условий жизнедеятельности людей, включая персонал) [2,4,6,12]. К категориям населения, с которыми предприятия вступают во

взаимоотношения, следует отнести: персонал, включая руководство предприятия, а также население, проживающее на территории присутствия. Из чего следует, что социальная ответственность современного предприятия ограничена взаимоотношениями со стейкхолдерами.

Таблица

Социальная ответственность бизнеса в понимании российских ученых

| Авторство | Определение |
|--|--|
| Большой экономический словарь, А.Н. Азрилиян | «1) действия организации, предпринимаемые во благо общества добровольно, а не по требованию закона; 2) концепция, согласно которой компании должны активно заботиться о благосостоянии общества в целом» [3] |
| Экономический словарь, Е.Г. Багудина, А.И. Архипов | «сознательное отношение субъекта социальной деятельности к требованиям социальной необходимости, гражданского долга, социальных задач, норм и ценностей, понимание последствий осуществляемой деятельности для определенных социальных групп и личностей для социального прогресса общества» [1] |
| Дякин Б.Г. | «принцип, который должен лежать в основе бизнеса для обеспечения благополучия общества, а не только для максимизации прибылей» [7] |
| Канаева О.А., социальная ответственность определяется как корпоративная | «система этических норм, корпоративных ценностей и принципов, лежащих в основе деятельности организации и определяющих её стратегию, позволяющих снизить до минимально возможного предела риски социальных, экологических и экономических проблем, повысить конкурентоспособность организации, обеспечить её устойчивость в долгосрочной перспективе и содействовать в решении глобальных проблем» [10] |
| Зверева Т.В., социальная ответственность определяется как корпоративная | «совокупность обязательств, добровольно и согласованно вырабатываемых с участием ключевых заинтересованных сторон, принимаемых руководством организации, с особым учётом мнений персонала и акционеров, выполняемых в основном за счёт средств организации и нацеленных на реализацию значимых внутренних и внешних социальных программ, результаты которых содействуют развитию организации, улучшению репутации и имиджа, становлению корпоративной идентичности, развитию корпоративного бренда, а также расширению партнёрских связей с государством, деловыми партнёрами, местными сообществами и гражданскими организациями» [9] |
| Сапрыкина О.А., социальная ответственность определяется как корпоративная | «философия поведения организации в обществе, ориентированная на реализацию последовательных экономических, социальных, экологических мероприятий, направленных на удовлетворение потребностей и ожиданий заинтересованных сторон» [19] |
| С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова | «добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки нормативного минимума» [20] |
| Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности» | ответственность организации за воздействие её решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое: содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; учитывает ожидания заинтересованных сторон; соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения» [17] |

Исходя из этого, социальная ответственность бизнеса приобретает вполне понятные формы и четко очерченные границы, что иллюстрирует рисунок.

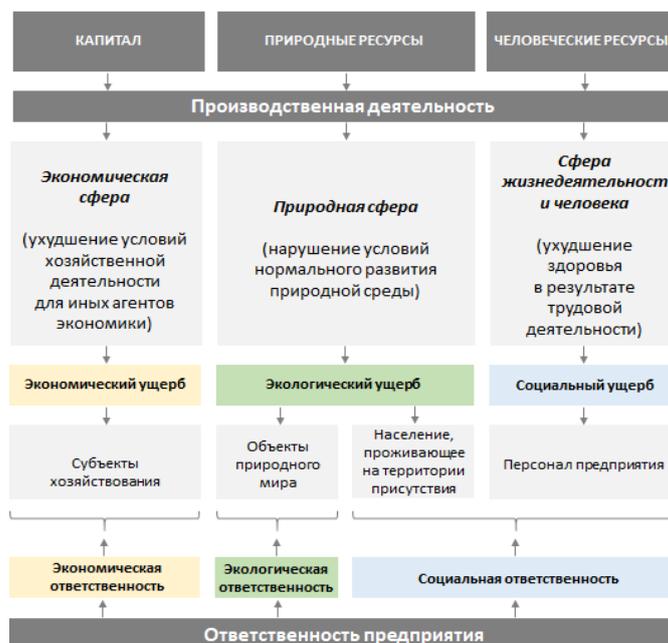


Рисунок Место социальной ответственности в системе отношений современного предприятия

Социальная ответственность современного предприятия имеет четко очерченные границы, определяемые следующими тезисами. Во-первых, социальная ответственность касается только социальных отношений, т.е. взаимоотношений предприятия с людьми, опосредуемых их участием в трудовой деятельности или условиями

жизнедеятельности, главным образом их ухудшением в результате производственной деятельности современного предприятия. Во-вторых, социальная ответственность является одной из форм ответственности предприятия за результаты своей производственной деятельности. Вследствие этого размеры социальной ответственности современного предприятия в ее обязательной части могут быть экономически оценены и определяются величиной затрат на нивелирование влияния негативных факторов производственной деятельности. В-третьих, под покрываемый социальной ответственностью ущерб попадают вполне определенные виды ущерба от производственной деятельности современного предприятия. Данный ущерб представляет собой ухудшение здоровья персонала предприятия в результате трудовой деятельности на производстве и ухудшение здоровья населения, проживающего на территории присутствия предприятия, (территории, являющейся зоной производственной деятельности и ее результатов), в результате ухудшения условий его жизнедеятельности под влиянием негативных производственных факторов (вредные производственные выбросы, шум, загрязнение почв, различные формы излучения и т.д.).

Обсуждение

Социальная ответственность бизнеса должна быть направлена на формирование системы здоровьесбережения персонала предприятия и населения, проживающего на территории присутствия предприятия. Соответственно, система здоровьесбережения современного предприятия должна быть представлена двумя функциональными блоками. Первый функциональный блок модели направлен на персонал предприятия. Его выделение обусловлено наличием целого ряда факторов деятельности предприятия, оказывающих негативное влияние на здоровье персонала [16]. Такими факторами выступают:

- вредные и опасные условия труда;
- неблагоприятный социально-психологический климат в коллективе.

Применительно к персоналу предприятия в рамках реализации мер, направленных на нивелирование факторов производственной среды, негативно влияющих на здоровье персонала предприятия, предлагается:

- расширение социального пакета, предоставляемого отдельным категориям сотрудников предприятия (ДМС, санаторно-курортное лечение). При этом дополнительные медицинские услуги, оказываемые в рамках полиса ДМС, и санаторно-курортное лечение оказывается не всему персоналу, а точечно – только отдельным категориям работающих, непосредственно испытывающим влияние негативных факторов производственной среды. Как дополнительные медицинские услуги, так и санаторно-курортное лечение призваны обеспечить целенаправленный эффект, их оказание должно нивелировать негативное влияние на здоровье работающих на предприятии факторов производственной среды;

- создание внутриорганизационных подразделений, нивелирующих вред здоровью персонала предприятия (физкультурно-оздоровительные центры, медицинские кабинеты, тренажерные залы, комнаты психологической разгрузки и пр.). Конкретный перечень создаваемых подразделений определяется спецификой деятельности предприятия и совокупностью факторов производственной среды, оказывающих негативное влияние на здоровье работающих на предприятии;

- создание для персонала открытых пространств социального и спортивного назначения; как и во второй группе мероприятий, конкретный перечень создаваемых объектов определяется спецификой деятельности предприятия; это могут быть просто скверы для отдыха в перерывах между работой или пешеходные дорожки для прогулок или спортивные сооружения для активного занятия спортом и т.д.

Данные меры направлены на нивелирование негативного влияния на здоровье работающих на предприятия факторов производственной среды посредством:

- создания благоприятных условий труда;
- создания условий оптимизации режима труда и отдыха на рабочем месте.

При определении компонентного состава системы здоровьесбережения персонала следует учитывать, что ее функционирование подразумевает активную деятельность составляющую и нуждается в формировании системы управления ею [13] и, соответственно, быть элементом развития современного предприятия [11]. Важно отметить, что при формировании системы здоровьесбережения персонала современного предприятия важно выделять две группы работников: работники физического и работники умственного труда; так как на здоровье данных групп работников негативное влияние факторов производственной среды различно.

Помимо этого, следует иметь в виду, что здоровье персонала современного предприятия может разрушаться не только по причине пагубного влияния различных факторов производственной среды, но и вследствие постоянного неразрешенного конфликта между характеристиками личности, ее потребностями, мотивами и теми социальными и другими требованиями, которые к ней предъявляются со стороны организации и коллектива предприятия [5]. Поэтому система здоровьесбережения современного предприятия должна строиться на основе диагностики физического и психического развития работников предприятия. Результаты диагностики позволяют определить индивидуальные особенности каждого, наметить оптимальные условия для сохранения его здоровья. Именно они выступают точкой отсчета для планирования дальнейшей работы, подбора содержания, средств и приемов адекватного воздействия [21] на персонал с позиций сохранения его здоровья. Отсюда следует вывод том, что перечень используемых инструментов и проводимых на предприятии мероприятий, обеспечивающих здоровьесбережение персонала, должен быть достаточно широк и охватывать все группы работников, а также отражать все стороны производственной деятельности и особенности участия в ней кадрового состава.

Следует отметить, что при создании системы здоровьесбережения персонала современного предприятия необходимо предусматривать меры, обеспечивающие создание не только благоприятных условий трудовой деятельности и условий оптимизации режима труда и отдыха на рабочем месте, но и меры, направленные на устранение или минимизацию поведенческих факторов риска на производстве [15]. Поэтому важным элементом системы здоровьесбережения персонала современного предприятия является создание информационной среды его поддержки, в рамках которой реализуются мероприятия: беседы, лекции, демонстрация тематических фильмов, информационные бюллетени, газеты, выставки [21]. На уровне предприятия важно обеспечить постоянное культивирование правил безопасного труда, рационального режима труда и отдыха, а также здоровых привычек. Ввиду этого, создаваемая на предприятии система здоровьесбережения персонала должна органично вписываться не только в производственный процесс, но и во всю жизнедеятельность работников предприятия [14]. Этого можно добиться путем вовлечения в здоровьесбережение членов семей работников предприятия, организации различных массовых мероприятий культурного, рекреационного и спортивного характера [5].

Второй функциональный блок модели здоровьесбережения современного предприятия должен быть представлен направлениями работы, обеспечивающими сохранение здоровья населения, проживающего на территории присутствия предприятия. Его выделение и функционирование обусловлено необходимостью реализации предприятием принципов социально ответственного поведения и нивелирования вреда здоровью населения, проживающего на территории присутствия предприятия, в результате осуществления производственной деятельности. Относительно системы здоровьесбережения населения, проживающего на территории присутствия предприятия, следует отметить два принципиальных момента. Во-первых, в ее структуре можно выделить два самостоятельных блока: обязательный и инициативный. Обязательный блок представлен мероприятиями, обеспечивающими создание благоприятной среды жизнедеятельности населения территории присутствия и нивелирующими негативное влияние производственной деятельности предприятия на окружающую среду и, в том числе, здоровье населения, проживающего на территории присутствия предприятия. Указанные меры предполагают:

- нивелирование негативного воздействия на здоровье населения, проживающего на территории присутствия предприятия, факторов производственной среды (дымоуловление, пылеподавление, шумопонижение, золоудаление и пр.);
- расселение населения, проживающего на территории присутствия предприятия (как крайний вариант решения вопроса), в случае невозможности иными средствами добиться нивелирования негативного влияния производственных факторов на окружающую среду.

Инициативный блок представлен мерами, нивелирующими неблагоприятное влияние производственной среды на здоровье населения территории присутствия или укрепляющих его. В рамках социально ответственного поведения предприятие в инициативном порядке:

- обеспечивает свободный доступ населения к созданным на территории предприятия социальным объектам и открытым пространствам на возмездной основе (столовая, детский сад, прачечная, фитнес-центр, медицинский кабинет, больничный стационар, профилакторий и пр.) и безвозмездной основе (зеленые зоны, скверы, спортивные объекты открытого типа и пр.);
- проводит для населения территории присутствия корпоративные мероприятия социального и спортивного характера.

Во-вторых, мероприятия по здоровьесбережению населения, проживающего на территории присутствия предприятия, могут осуществляться на принципиально разных основаниях. Мероприятия, направленные на устранение или предотвращение неблагоприятного влияния производства на окружающую среду, результатом которых является создание благоприятной среды жизнедеятельности населения территории присутствия, реализуются исключительно за счет средств предприятия. Здесь мы солидарны с зарубежными исследователями, утверждающими, что основанием для реализации модели здоровьесбережения является предотвращение негативного влияния производственных факторов на окружающую среду или устранение ущерба, нанесенного ей производственной деятельностью предприятия. В рамках указанных мероприятий, устраняется негативное воздействие факторов производства на здоровье населения, проживающего на территории присутствия предприятия [8,22-26].

Заключение

Социальная ответственность бизнеса в современных условиях проявляется в реализации социальных мероприятий, корпоративных социальных программ на разовой или постоянной основах, исходя из финансовых и материальных возможностей и целесообразности их реализации с точки зрения владельцев бизнеса. Это обстоятельство во многом определяет существование многообразия представлений о социальной ответственности бизнеса в современной науке, отсутствием очерченных границ и форм ее реализации. Реализация мер социальной ответственности должна представлять собой целенаправленную деятельность предприятия, охватывающую вполне определённый круг вопросов, касающихся его взаимоотношений с людьми и реализуемых в рамках действующего законодательства (соблюдение прав и свобод, предоставление социальных гарантий, охрана труда) или в инициативном и добровольном порядке (улучшение условий жизнедеятельности людей, включая персонал).

К категориям населения, с которыми предприятия вступают во взаимоотношения, следует отнести: персонал, включая руководство предприятием, а также население, проживающее на территории присутствия. Социальная ответственность является одной из форм ответственности предприятия за результаты своей производственной деятельности. Под покрываемый социальной ответственностью ущерб попадают вполне определенные виды ущерба от производственной деятельности современного предприятия. Данный ущерб представляет собой ухудшение здоровья персонала предприятия в результате трудовой деятельности на производстве и ухудшение здоровья населения, проживающего на территории присутствия предприятия, (территории, являющейся зоной производственной деятельности и ее результатов), в результате ухудшения условий его жизнедеятельности под влиянием негативных производственных факторов (вредные производственные выбросы, шум, загрязнение почв, различные формы излучения и т.д.).

Литература

1. Багудина Е.Г., Архипов А.И. Экономический словарь. – М.: Проспект, 2009.
2. Благоев Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент, 2006. – № 2. – С. 3-24.
3. Большой экономический словарь / под ред А.Н. Азриляна. – 5-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002.
4. Ван Ш. Эволюция теории социальной ответственности бизнеса / Ш. Ван, И.В. Калашникова, С.И. Соцкова // Вестник Тихоокеанского государственного университета, 2023. – № 3. – С. 129-140.
5. Головина С.Ю., Щербак О.В. Новая эра в охране труда работников: безопасная и здоровая среда как одна из целей устойчивого развития // Медицина труда и промышленная экология, 2022. – № 62. – С. 344-352.
6. Грекова Г.И. Корпоративное гражданство: концептуализация понятия и этапы формирования / Г.И. Грекова, А.В. Кузьмин // Вестник Института экономики и управления Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого, 2012. – № 1.
7. Дякин Б.Г. Тезаурус-гlossарий понятий с английскими эквивалентами и дефинициями по дисциплине «Международный бизнес» для студентов-магистров и аспирантов МИЭП: словарь-справочник: свыше 1000 терминов / Б.Г. Дякин, Л.Ю. Шипилова. Междунар. ин-т экономики и права. – М.: Изд-во МИЭП, 2011.
8. Европейская комиссия. Корпоративная ответственность перед обществом. Корпоративный социальный отчет. Рекомендации Ассоциации менеджеров. [Электронный адрес]. URL: www.amr.ru.
9. Зверева Т.В. Социальная ответственность как способ гармонизации интересов бизнеса и власти // Экономические и гуманитарные исследования регионов, 2011. – № 4. – С. 86-93.

10. Канаева О.А. Корпоративная социальная политика: теория и практика управленческих решений. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 2013. – 364 с.
11. Карпович Ю.В., Лепихина Т.Л. Влияние экологии рабочего пространства на устойчивое развитие через здоровьесбережение персонала предприятия // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2017. – № 1. – С. 122-132.
12. Киварина М.В. Корпоративное гражданство: современный способ ведения бизнеса // Российское предпринимательство, 2016. – Т. 17. – № 19. – С. 2485-2494.
13. Ковалев С.П., Яшина Е.Р., Турзин П.С., Лукичев К.Е. Современное состояние системы управления процессом снижения нетрудоспособности работающего населения регионов страны // Управленческое консультирование, 2023. – № 12. – С. 96-108.
14. Ковалев С.П., Яшина Е.Р., Ушаков И.Б., Турзин П.С., Лукичев К.Е., Генералов А.В. Корпоративные программы укрепления профессионального здоровья работников в Российской Федерации // Экология человека, 2020. – № 10. – С. 31-37.
15. Короленко А.В., Калачикова О.Н. Детерминанты здоровья работающего населения: условия и характер труда // ЗНиСО, 2020. – № 11. – С. 22-30.
16. Лебедева-Несевря Н.А., Гордеева С.С., Соловьев С.С. Микросоциальные факторы риска здоровью работающего населения России (результаты социологического исследования) // Медицина труда и промышленная экология, 2017. – № 11. – С. 53-57.
17. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности» [Электронный адрес]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200097847?ysclid=lu9fv9glyt132590291>.
18. Ответственность // Коллекция словарей и энциклопедий [Электронный адрес]. URL: <https://gufo.me/dict/social/%D0%9E%D0%A2%D0%92%D0%95%D0%A2%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC>.
19. Сапрыкина О.А. Многоуровневая оценка результативности деятельности организации в области корпоративной социальной ответственности // Транспортное дело России, 2012. – № 5. – С. 74-78.
20. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003.
21. Толстова Е.Г., Иванова О.Н. Здоровьесберегающие технологии как часть системы менеджмента производственной безопасности и здоровья // Научный аспект, 2019. – № 1. – С. 880-885.
22. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman. – New York: Harper and Row, 1953.
23. Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate social performance // Academy of Management Review, 1979. – № 4. – P. 497-505.
24. Freeman R. Edward, Jeffrey S. Harrison, and Stelios C. Zyglidopoulos. Stakeholder Theory: Concepts and Strategies // Cambridge: Cambridge University Press, 2018.
25. Halme M., Laurila J. Philanthropy, Integration or Innovation? Exploring the Financial and Societal Outcomes of Different Types of Corporate Responsibility // Journal of Business Ethics, 2009. – № 84. – P. 325-339.
26. Porter M., Kramer M. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy // Harvard Business Review, 2002. – № 80. – P. 56-60.

УДК 338.48

К.О. Щербина

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

К.О. Shcherbina

THE MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE TOURIST AND RECREATIONAL COMPLEX OF THE KRASNODAR TERRITORY

Ключевые слова: экологическая устойчивость, туристско-рекреационный комплекс, комплексное развитие, экотуризм, инфраструктура региона, государственно-частное партнерство, сезонность, межсезонье, Краснодарский край, региональная экономика, этнотуризм.

Keywords: environmental sustainability, tourist and recreational complex, integrated development, ecotourism, regional infrastructure, public-private partnership, seasonality, off-season, Krasnodar region, regional economy, ethnotourism.

Цель: определить перспективные направления развития туристско-рекреационного комплекса Кубани. Обсуждение: Краснодарский край, расположенный на юго-западе России, является одной из ведущих туристических зон страны. Регион привлекает туристов своим благоприятным климатом, разнообразными природными ресурсами, богатым культурным наследием и развитой инфраструктурой. В последние годы туристический сектор Краснодарского края демонстрирует устойчивый рост, что способствует значительному экономическому развитию региона. Результаты: предложены направления развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края. Доказано, что инвестиции в профессиональное обучение, улучшение инфраструктуры, использование цифровых технологий обеспечат развитие Краснодарского края. Укрепление государственных и частных партнерств и вовлечение местных сообществ в развитие туризма также имеет важное значение для создания устойчивого и инклюзивного туристического сектора. Благодаря этим усилиям Краснодарский край продолжает развиваться как ведущая туристическая дестинация.

Purpose: to determine promising directions for the development of the tourist and recreational complex of Kuban. Discussion: Krasnodar region, located in southwest Russia, is one of the country's leading tourist areas. The region attracts tourists with its favorable climate, diverse natural resources, rich cultural heritage and developed infrastructure. In recent years, the tourism sector of the Krasnodar region has shown steady growth, which contributes to significant economic development of the region. Results: directions for the development of the tourist and recreational complex of the Krasnodar Territory are proposed. It has been proven that investments in vocational training, infrastructure improvement, and the use of digital technologies will ensure the development of the Krasnodar region. Strengthening public-private partnerships and involving local communities in tourism development is also essential to creating a sustainable and inclusive tourism sector. Thanks to these efforts, the Krasnodar region continues to develop as a leading tourist destination.

Электронный адрес: prakyeah@gmail.com

Введение

Сегодня Краснодарский край демонстрирует стабильный рост туристических потоков. Экономическое воздействие этого роста проявляется в значительном увеличении доходов от туризма. В 2018 году туристический сектор принес около 250 млрд р. дохода, что возросло до 400 млрд р. к 2023 году. Туристический сектор является важным работодателем в Краснодарском крае. В 2023 году, туристическая деятельность обеспечивала прямую и косвенную занятость более 300 тыс. чел., что составляет 10% от общей численности рабочей силы региона. Только гостиничный сектор обеспечивал более 100 тыс. рабочих мест, что подчеркивает важность этой отрасли для занятости в регионе. Вклад туризма в ВВП региона также значительно увеличился. В 2018 году туризм составлял примерно 12% ВВП Краснодарского края, что возросло до 15% к 2023 году. Этот рост подчеркивает роль сектора как важного драйвера экономического развития региона [7]. Диверсификация туристических продуктов стала ключевой стратегией для поддержания роста в Краснодарском крае. Хотя побережье Черного моря остается основной достопримечательностью, регион успешно развивает и другие сегменты [2,11]. Одним из основных вызовов, с которыми сталкивается туристический сектор Краснодарского края, является выраженная сезонность с пиковыми туристическими потоками в летние месяцы. Эта сезонность может приводить к недоиспользованию ресурсов в межсезонье и к колебаниям доходов и занятости. Для решения этой проблемы региональные власти сосредоточены на продвижении круглогодичного туризма. Зимние виды спорта, культурные фестивали и оздоровительные программы рекламируются для привлечения туристов в межсезонье. Кроме того, инвестиции в крытые рекреационные объекты и подогреваемые бассейны в прибрежных курортах направлены на продление туристического сезона. Быстрый рост туризма вызывает беспокойство по поводу экологической устойчивости. Массовый туризм, особенно в прибрежных районах, может привести к экологической деградации и нагрузке на местные ресурсы. Для смягчения этих воздействий Краснодарский край реализовал несколько инициатив по продвижению устойчивых туристических практик. Эти инициативы включают создание охраняемых территорий, обеспечение соблюдения экологических норм и продвижение экологически чистых практик среди туристических операторов (рисунок). Регион также инвестирует в зеленую инфраструктуру.

Методы

Решению исследовательских задач способствовало применение следующих методов: анализа, синтеза, обобщения, сравнения, классификации, аналогии, абстракции, индукции, дедукции, теоретизации, мониторинга, диагностики, формализации и других.

Результаты

Установление партнерств с гостиничными школами и университетами для предоставления специализированных учебных программ может оснащать работников необходимыми навыками и знаниями. Регулярные семинары и программы сертификации должны быть введены для обеспечения непрерывного профессионального развития [10]. С увеличением числа иностранных туристов важно обеспечить языковую и культурную подготовку для работников туристической сферы. Это повысит общий уровень обслуживания. Предоставление языковых курсов и обучение культурной чувствительности может помочь персоналу лучше понять и удовлетворить разнообразные потребности международных посетителей. Расширение и

модернизация аэропортов, улучшение состояния дорог и повышение эффективности общественного транспорта сделают поездки по региону более удобными и комфортными. Развитие прямых авиасообщений с крупными международными также может привлечь больше иностранных туристов. Расширение и диверсификация вариантов размещения – еще один важный аспект. Содействие развитию разнообразных объектов размещения, от роскошных курортов до бюджетных хостелов, может удовлетворить различные сегменты туристов. Обеспечение соответствия этих объектов международным стандартам безопасности, гигиены и комфорта важно для привлечения туристов с высоким уровнем доходов. Введение строгих экологических норм, продвижение экологически чистых активностей и поощрение туристов к уважению природных объектов может помочь сохранить биоразнообразие региона. Инвестирование в зеленую инфраструктуру, такую как солнечные электростанции и системы управления отходами также может снизить экологический след туризма [8].



Рисунок Основные пути развития ТРК

Обсуждение

Поддержка местного предпринимательства и вовлечение сообществ в планирование и управление туризмом могут создать устойчивые экономические возможности. Поддержка инициатив, демонстрирующих местную культуру, традиции и кухню, может предоставить туристам аутентичные впечатления, принося пользу местным жителям [12]. Интеграция умных туристических решений может значительно улучшить туристический опыт. Разработка комплексной цифровой туристической платформы, предоставляющей информацию об аттракционах, размещении, питании и транспорте, может облегчить планирование и навигацию для туристов. Мобильные приложения, предоставляющие информацию в реальном времени, виртуальные туры и персонализированные рекомендации, могут повысить удобство и вовлеченность посетителей. Эффективные стратегии цифрового маркетинга имеют важное значение для продвижения региона на глобальной арене. Создание качественного цифрового контента, такого как виртуальные туры, видео и интерактивные карты, может привлечь потенциальных туристов и дать им представление о том, что предлагает регион [9]. Создание оборудованных информационных центров для посетителей в ключевых точках въезда может предоставить необходимую поддержку туристам. Эти центры должны предлагать многоязычные услуги, карты, брошюры и помощь с бронированием и транспортом. Обеспечение доступности туристических объектов, мест размещения и транспорта для людей с ограниченными возможностями может сделать регион более инклюзивным и привлекательным для широкого круга посетителей. Предоставление четкой информации о доступности на туристических веб-сайтах и материалах также может помочь туристам эффективнее планировать свои поездки [4]. Сотрудничество с местными художниками, исполнителями и спортсменами также может подчеркнуть культурное богатство региона [3].

Использование природных ресурсов региона для оздоровительного туризма может привлечь нишевый сегмент туристов, ищущих расслабление и восстановление. Продвижение спа-курортов, оздоровительных ретритов и санаториев, предлагающих процедуры на основе природных минеральных источников и лечебных грязей, может повысить привлекательность региона. Обеспечение соответствия этих объектов международным стандартам и предложение специализированных пакетов может привлечь туристов, заботящихся о своем здоровье [1]. Формирование сильных государственных и частных партнерств имеет важное значение для устойчивого развития туристического сектора. Содействие сотрудничеству между государственными агентствами, частными предприятиями и местными сообществами может привести к более эффективным и инновационным туристическим инициативам. Совместные инвестиции в инфраструктуру, маркетинговые кампании и проекты устойчивого развития могут повысить качество туристической системы [6]. Предоставление стимулов и поддержки для частных инвестиций в туризм может стимулировать развитие и инновации. Предоставление налоговых льгот, грантов и льготных кредитов для туристических проектов может побудить предприятия инвестировать в регион. Поддержка стартапов и малых предприятий через инкубаторы и акселераторы также может способствовать предпринимательству и инновациям в туристическом секторе [5].

Заключение

Улучшение качества туристической системы в Краснодарском крае требует комплексного подхода, охватывающего качество обслуживания, развитие инфраструктуры, продвижение устойчивых практик, цифровую трансформацию и вовлечение сообществ. Укрепление государственных и частных партнерств и вовлечение местных сообществ в развитие туризма также имеет важное значение для создания устойчивого и инклюзивного туристического сектора. Благодаря этим усилиям Краснодарский край продолжает развиваться как ведущая туристическая дестинация.

Литература

1. Жертовская Е.В. Разработка мастер-плана туристско-рекреационного кластера по развитию экологического туризма (на примере Ростовской области) // Сервис в России и за рубежом, 2021. – Т. 15. – № 3. – С. 106-118.
2. Жертовская Е.В. Теоретический аспект исследования туристского потенциала на региональном уровне // Исследование и моделирование социальных и экономических систем, 2016. – № 10. – С. 125-129.

3. Мальцева И.С. Основные направления повышения инвестиционной привлекательности региона // Актуальные вопросы науки и образования, 2022. – № 1. – С. 52-55.
4. Третьякова С.Н. ESG-повестка устойчивого развития в условиях новых российских реалий // Экономика: теория и практика, 2022. – № 2. – С. 36-41.
5. Третьякова С.Н. Устойчивое развитие региона: анализ отдельных показателей Краснодарского края // Вектор экономики, 2023. – № 8.
6. Третьякова С.Н. Устойчивое развитие: содержание понятия и механизмы обеспечения // Тенденции экономического развития в XXI веке: Материалы V Международной научно-практической конференции. В. 2-х частях, Минск, 01 марта 2023 года. – Минск: Белорусский государственный университет, 2023. – С. 96-98.
7. Федеральная служба государственной статистики (2023 г.). Статистические данные о туризме в Краснодарском крае [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru>.
8. Якименко М.В. Когнитивное моделирование инновационного развития туристско-рекреационных кластеров в условиях глобальной цифровой трансформации в контексте устойчивого развития // Современные проблемы сервиса и туризма, 2020. – Т. 14. – № 4. – С. 69-85.
9. Palazzo et al., M. Palazzo, A. Vollero, A. Siano, P. Foroudi. From fragmentation to collaboration in tourism promotion: an analysis of the adoption of IMC in the Amalfi coast // Curr. Issues Tour, 2021. – № 24. – P. 567-589.
10. Qiu et al., P. Qiu, Z. Zhou, D.J. Kim. A new path of sustainable development in traditional agricultural areas from the perspective of open innovation—a coupling and coordination study on the agricultural industry and the tourism industry // Open Innov: Technol., Mark., Complex., 2021. – № 7. – P. 16.
11. Sisto et al., M. Sisto, A. Di Lisio, F. Russo. Geosite assessment as a tool for the promotion and conservation of Irpinia landscape geoheritage (Southern Italy) // Resources, 2022. – № 11. – P. 97
12. Srisathan et al., W.A. Srisathan, C. Ketkaew, C. Phonthanukitithaworn, P. Naruetharadhol. Driving policy support for open eco-innovation enterprises in Thailand: A probit regression model // Open Innov: Technol., Mark., Complex, 2023. – № 9.

УДК 339.138

Е.С. Юдникова, П.С. Абашева, И.А. Шумакова

**АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ СИТУАЦИИ И МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЬЮНКТУРЫ
НА РЫНКЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА
В ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКЕ**

E.S. Yudnikova, P.S. Abasheva, I.A. Shumakova

**ANALYSIS OF THE STATE OF THE SITUATION
AND MARKETING CONDITION ON THE MARKET
OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TRANSPORT LOGISTICS**

Ключевые слова: искусственный интеллект, генеративный интеллект, логистика, беспилотные технологии, прогнозирование, нейронные сети, внедрение ИИ, транспортировка, хранение.

Keywords: artificial intelligence, generative intelligence, logistics, unmanned technologies, forecasting, neural networks, AI implementation, transportation, storage.

Цель: провести анализ состояния ситуации и маркетинговой конъюнктуры на рынке информационных технологий в области искусственного интеллекта в транспортной логистике. Обсуждение: в данной статье рассмотрены понятие искусственного интеллекта (ИИ), преимущества технологии ИИ, тенденции ее развития, проблемы внедрения генеративного ИИ, перспективы использования искусственного интеллекта в системах управления транспортом. Использованы эмпирические методы в виде описания, экспериментально – теоретические методы, в том числе анализ, синтез. Результаты: ведущие логистические организации уже используют искусственный интеллект и машинное обучение для имитации человеческого мышления и его совершенствования с точки зрения эффективности принятия решений на основе больших массивов данных. Использование прогнозной аналитики на основе искусственного интеллекта может помочь поставщикам транспортных услуг оптимизировать планирование маршрутов и графики поставок, повысить производительность активов за счет своевременного технического обслуживания, что сократит случаи отказов.

Purpose: to analyze the state of the situation and marketing conditions in the information technology market in the field of artificial intelligence in transport logistics. Discussion: this article discusses the concept of artificial intelligence (AI), the advantages of AI technology, its development trends, the problems of implementing generative AI, and the prospects for using artificial intelligence in transport management systems. Empirical methods were used in the form of descriptions, experimental and theoretical methods, including analysis and synthesis. Results: Leading logistics organizations are already using artificial intelligence and machine learning to imitate human thinking and improve it in terms of effective decision making based on large amounts of data. The use of AI-powered predictive analytics can help transportation service providers optimize route planning and delivery schedules, improve asset productivity through timely maintenance, thereby reducing failure events.

Электронный адрес: Shumakova@bsu.edu.ru

Введение

В условиях цифровой экономики первостепенное значение приобретают информационные технологии. Внедрение в логистическую деятельность информационных технологий (ИТ) как процесса, включающего совокупность средств и методов сбора, обработки и передачи данных для получения информации о состоянии объекта, явления, имеет целью производство информации для ее анализа и принятия на этой основе эффективного управленческого решения для выполнения какого-либо действия в соответствующих бизнес-процессах. Особое место в области информационных технологий в последний период времени отводится развитию искусственного интеллекта.

Термин «искусственный интеллект» был впервые предложен английским математиком Аланом Тьюрингом в работе «Вычислительные машины и разум» в 1950 году [1]. В данном исследовании, рассматривая искусственный интеллект (ИИ) как комплекс программ, разработанных с целью воспроизведения навыков, присущих человеку в виде приема и анализа данных, разработки выводов на их основе, особое внимание обращается на способность ИИ заниматься решением проблем, планированием, увеличением запаса общих знаний, улучшением подхода к выполнению поставленных задач в ходе работы над ними. Системы ИИ могут использоваться во многих областях деятельности (финансы, промышленность, медицина, торговля и т.п.) на основе обработки больших объемов данных, выявления скрытых закономерностей, упрощения решения многих задач, позволяя сократить объем рутинных работ, помогая в ситуациях, где требуется мгновенная реакция или сложное управленческое решение.

Методы

Внедрение систем ИИ в логистическую деятельность началось сравнительно недавно и можно констатировать, что это начальная стадия изучения компаниями его потенциала, возможностей оптимизации различных логистических процессов за счет автоматизации наиболее трудоемких из них [2,3,4]. Современные системы ИИ способны выполнять различные задачи от распознавания изображения или текста до анализа большого количества данных, управления транспортными средствами и многое другое. В транспортной логистике использование систем ИИ могут помочь строить маршруты для грузовых перевозок, контролировать расходы топлива, извлекать и анализировать данные из транспортных документов. 65% лидеров отрасли считают, что технологии искусственного интеллекта могут способствовать значительным преобразованиям в логистике, транспорте и цепочке поставок, 36% компаний с разными объемами деятельности уже успешно интегрировали ИИ для улучшения логистических решений [5]. Также, как показывает статистика, примерно половина международных организаций планирует внедрить искусственный интеллект в ближайший год, в 14% из них этот процесс находится на стадии внедрения [6].

ИИ-алгоритмы способствуют решению различных задач в сфере логистики и грузоперевозок, в числе которых:

- оптимизация цепей поставок;
- разработка маршрутов для курьеров и водителей;
- прогноз загрузки транспортных компаний;
- расчет сроков доставки посылок.

Результаты

Опыт внедрения ИИ в логистическую деятельность 36% компаний свидетельствует о сокращении затрат на логистику на 15%, запасов на 35% и повышении уровня обслуживания предприятия на 65% [4]. По прогнозным оценкам, крупные логистические компании, внедряя ИИ в свою деятельность, могут получать годовой доход в диапазоне от 1,3 трлн долл. до 2 трлн долл. в течение следующих двух десятилетий. Уже на начальном этапе внедрения систем ИИ на предприятиях видно, что методы прогнозирования спроса, основанные на ИИ, существенно снижают частоту ошибок по сравнению с традиционными методами, что приводит к оптимизации отправки транспортных средств, снижению эксплуатационных расходов и минимизации случаев отсутствия запасов (рис. 1).



Рис. 1. Инновационные технологии, влияющие на логистическую индустрию [4]

Как видно из рис. 1, самой популярной и развивающейся технологией для сферы логистики является блокчейн, на второй позиции расположились системы ИИ, что обусловлено анализом спроса в режиме реального времени, позволяя организациям динамично корректировать параметры планирования поставок. Это, в свою очередь, оптимизирует цепи поставок и сокращает расходы. По прогнозам, к 2026 году доля предприятий, использующих складские решения на базе искусственного интеллекта, превысит 60%, что значительно превысит показатели 2020 года [4]. Применение искусственного интеллекта позволяет автоматизировать управление складами и доставлять грузы беспилотниками. В РФ с 2023 года действует проект «Беспилотные логистические коридоры» [2]. Летом 2023 года на трассе М-11 тестировались коммерческие перевозки с использованием беспилотных грузовиков. Запуск проекта состоялся в рамках Петербургского международного экономического форума. В проекте «Беспилотные логистические коридоры» было задействовано шесть беспилотных «КАМАЗов», а также три грузовых автомобиля компании «Сберавтотех». Это не только испытания технологии беспилотных перевозок, но и перевозка роботомобильями коммерческих грузов на регулярной основе для таких крупных компаний, как «ПЭК», «Глобалтрак Лоджистик», «Агро-Авто», «Магнит» и «Газпромнефть-Снабжение». На конец 2023 года была обеспечена доставка техникой свыше 11 тыс. т грузов на расстояние свыше 600 тыс. км. При этом не произошло ни одной аварии, что свидетельствует о перспективах в использовании искусственного интеллекта при управлении транспортом. Начиная с 2024 года, Правительство и Минтранс России планируют расширить применение беспилотных решений с использованием искусственного интеллекта и на других важных транспортных коридорах страны, в первую очередь на трассах М-12 и ЦКАД. Согласно планам, будут дополнительно запущены еще 12 грузовиков от «КАМАЗа», также несколько беспилотников от «Сберавтотех». Целью проекта является создание к 2030 году не менее 19,5 тыс. км. беспилотных логистических коридоров.

Особенно перспективным представляется применение искусственного интеллекта и машинного обучения, обеспечивающего сбор и анализ огромных объемов данных, что будет способствовать повышению эффективности организации и управления транспортной логистикой. На основе использования технологии ИИ разрабатываются оптимальные маршруты доставки, прогнозируются потребности клиентов, осуществляется управление запасами на складах и контроль качества товаров. Машинное обучение позволяет программам самостоятельно обучаться на основе предыдущих данных и оптимизировать процессы. Например, алгоритмы машинного обучения могут оптимизировать маршруты доставки, учитывая различные факторы, включая возможность появления пробок, изменения погодных условий и состояние дорог [7]. Так, например, внедрение искусственного интеллекта на складах компанией L'Oréal обеспечило беспилотную систему инвентаризации. Дрон, оснащенный бортовой камерой, пролетает мимо стеллажей по каждой позиции и ярусу для проведения инвентаризации. Благодаря обработке видео с помощью искусственного интеллекта дрон может считывать штрих-коды, выявлять пустые места, учитывать высоту слоев и определять границы ячеек. Технологии ИИ могут использоваться для создания полностью автономных железнодорожных систем, повышающих эффективность и безопасность как грузовых, так и пассажирских перевозок. К технологиям и методам искусственного интеллекта, которые могут применяться в развитии автономных систем управления транспортом, можно отнести следующие.

1. Глубокое обучение как подраздел машинного обучения, который использует нейронные сети с большим количеством слоев для обработки и анализа данных. В автономных системах управления транспортом глубокое обучение применяется для распознавания и классификации объектов на дороге, обработки видео и изображений, анализа сценариев движения и других задач.

2. Нейронные сети в виде моделей, которые имитируют работу человеческого мозга и используются для обработки информации и принятия решений. В автономных системах управления транспортом нейронные сети применяются для распознавания и классификации объектов на дороге, прогнозирования поведения других участников движения, определения оптимального маршрута и других задач [6].

3. Обработка естественного языка как область искусственного интеллекта, которая позволяет компьютерным системам взаимодействовать с людьми на естественном языке. В автономных системах управления транспортом обработка естественного языка может использоваться для коммуникации с пассажирами, получения информации о дорожных условиях и других задач.

4. Алгоритмы планирования и принятия решений, включающие методы, которые позволяют автономным системам управления транспортом принимать оптимальные решения на основе имеющейся информации. Эти алгоритмы могут использоваться для определения оптимального маршрута, управления скоростью и расстоянием до других транспортных средств, прогнозирования поведения других участников движения и других задач.

Развитие и применение этих технологий позволяет повысить эффективность логистических предприятий, сократить расходы за счет оптимизации маршрута и т.д. В табл. 1 приведены примеры применения искусственного интеллекта в автономных системах управления транспортом.

Таблица 1

Применение искусственного интеллекта
в автономных системах управления транспортом

| Технологии | Примеры применения | Преимущества | Проблемы |
|-------------------|--|---|---|
| Машинное обучение | Автоматическое распознавание дорожных знаков | Улучшение безопасности на дорогах, повышение эффективности движения | Необходимость большого объема данных для обучения моделей |
| Глубокое обучение | Автоматическое управление автомобилем без участия водителя | Снижение риска человеческой ошибки, улучшение комфорта пассажиров | Сложность обучения глубоких нейронных сетей, высокие требования к вычислительным ресурсам |
| Нейронные сети | Прогнозирование трафика на основе исторических данных | Оптимизация маршрутов, сокращение времени в пути | Необходимость постоянного обновления моделей для адаптации к изменяющимся условиям |

С недавнего времени, крупные компании стали использовать технологию ИИ при создании робототехники. На основе роботизации оптимизируются процессы на складах. Например, в международной компании экспресс-доставки грузов «DHL», сортировочные роботы с ИИ увеличивают производительность сортировки на 40%, причем при постоянных доработках в технологии этот показатель растет. Данные роботизированные системы способны сортировать более 1000 небольших посылок в час с точностью до 99%. Роботы с ИИ уменьшают число ошибок сортировки, что избавляет сотрудников от необходимости в дополнительной сортировке. Кроме того, модели прогнозирования ИИ помогают сотрудникам «DHL» с вероятностью от 90% до 95% определить какие объемы грузов будут доставлены на конкретное предприятие в назначенный день. Также ИИ может использоваться для повышения безопасности оборудования, например, в компании Hitachi, являющейся транснациональным конгломератом и специализирующейся на производстве и продаже электрооборудования.

Огромное значение имеет внедрение искусственного интеллекта в сочетании с метавселенной для повышения безопасности на железнодорожном транспорте. Метавселенная представляет собой цифровое пространство для виртуальных объектов, для их взаимодействия и алгоритмов их действия как друг с другом, так и с внешней реальной средой. Это фактически реплицированная, дополненная, измененная реальная жизнь в виртуальном пространстве. Там могут быть как объекты из реального пространства, так и объекты и действия, присущие только виртуальному миру. Сочетая технологии ИИ с виртуальными средствами, они создают реалистичную симуляцию железнодорожных операций. Это позволяет проводить эффективное обучение и тестирование процедур и сценариев обеспечения безопасности, помогая железнодорожным операторам и персоналу улучшать их реакцию на критические ситуации. Системы ИИ позволяют проводить анализ оборудования в режиме реального времени и выявлять механические неполадки при железнодорожных перевозках [12]. Использование ИИ можно рассматривать как революционный скачок в области управления логистикой. Логистическая отрасль становится все сложнее и объемнее, поэтому интеграция статистического анализа в цепях поставок на основе ИИ является необходимостью, позволяя компаниям их оптимизировать, снижать затраты, повышать удовлетворенность клиентов и снижать риски, экономить организациям до 600 млрд долл. на основе прогнозируемого обслуживания к 2025 году [13]. Дальнейшее развитие технологий ИИ будет способствовать увеличению количества инновационных приложений в статистике логистики, которые могут привести к качественному скачку в способах транспортировки, мониторинга и управления товарами и услугами в мире.



Рис. 2. Объем использования генеративного искусственного интеллекта на международном рынке логистики 2022-2032 гг. (млн долл.)

Особую популярность приобретает генеративный ИИ, под которой понимается часть искусственного интеллекта, которая использует статистические методы и машинное обучение для создания контента с помощью имитации данных, на которых он был обучен. Генеративный интеллект является новейшей технологией, применяемой в нескольких отраслях, включая розничную торговлю, автомобилестроение, здравоохранение и т.д. Генеративный ИИ используется для быстрого и эффективного документооборота в организации. Логистика относится к основным областям, где в настоящее время использует генеративный ИИ для поддержания эффективной цепочки поставок в организации [13]. Генеративные модели, обученные на огромных массивах информации, сжимают ее и извлекают суть без утраты смысла. Для обработки и генерации текста языковая модель использует базовую единицу информации – токен. Он может быть словом или его частью, или даже группой слов в зависимости от того, как модель была обучена разделять и интерпретировать текст. Аналитики и специалисты считают, что генеративный ИИ может помочь логистическим компаниям значительно улучшить работу в области прогнозирования спроса, планирования производством и управления рисками, отслеживания связей с поставщиками и клиентами. В декабре 2023 г. «Maersk», глобальный лидер в сфере контейнерных перевозок, инвестировала 20 млн долл. в данную технологию (стартап Pactum). Немецкая корпорация Siemens с 2019 года тоже пользуется чат-ботом берлинского

стартапа Scoutbee, который помогает находить альтернативных поставщиков и выстраивать логистические маршруты в обход Китая. Этот алгоритм для тех же целей применяли в компаниях Unilever, Marmite и Magnums, когда КНР была на карантине из-за пандемии коронавируса [8]. Объем мирового рынка генеративного ИИ в логистике на 2023 год оценивался в 707,9 млн долл., и ожидается, что к 2032 году он достигнет примерно 18 872,57 млн долл., увеличившись на 44,02% в течение прогнозируемого периода (рис. 2). Таким образом, можно сказать, что основными факторами роста рынка ИИ являются растущий спрос на точное прогнозирование и планирование поставок, а также растущая потребность в экономически эффективных и более быстрых логистических решениях. Также использование стратегий маркетинга и аналитики продаж открывает значительные возможности для роста внедрения технологии искусственного интеллекта на логистическом рынке [4]. Наиболее быстрорастущим рынком в данной области является Северная Америка. Также высокие среднегодовые темпы роста ожидаются в Азиатско-Тихоокеанский регионе [5]. Прогноз рынка генеративного ИИ представлен в табл. 2.

Таблица 2

Прогноз рынка генеративного ИИ за 2024-2032 гг., млрд долл. [13]

| Страны | Объем рынка ИИ, 2024 год, млрд долл. | Объем рынка генеративного ИИ | | | | | | | | |
|---------------|--------------------------------------|------------------------------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 | 2032 |
| | Оценка | | Прогноз | | | | | | | |
| США | 219,9 | 23,8 | 31,8 | 43,9 | 63,0 | 72,1 | 82,9 | 95,9 | 113,5 | 135,1 |
| Китай | 76,3 | 8,4 | 11,6 | 16,8 | 25,1 | 29,9 | 35,8 | 43,1 | 51,0 | 60,8 |
| Германия | 26,2 | 2,8 | 3,8 | 5,3 | 7,7 | 8,9 | 10,4 | 12,1 | 14,4 | 17,1 |
| Япония | 25,0 | 2,7 | 3,7 | 5,2 | 7,7 | 9,1 | 10,7 | 12,7 | 15,0 | 17,8 |
| Франция | 16,9 | 1,8 | 2,5 | 3,5 | 5,0 | 5,8 | 6,8 | 7,9 | 9,4 | 11,1 |
| Индия | 10,8 | 1,2 | 1,6 | 2,4 | 3,5 | 4,2 | 5,1 | 6,1 | 7,3 | 8,6 |
| Россия | 4,3 | 0,6 | 0,7 | 1,0 | 1,4 | 1,6 | 1,9 | 2,2 | 2,6 | 3,0 |
| Мировой рынок | 618,6 | 66,9 | 90,7 | 127,2 | 185,4 | 215,5 | 252,0 | 296,4 | 350,8 | 417,6 |

Из данных табл. 2 видно, что лидирует американский рынок генеративного искусственного интеллекта, на втором месте с отставанием более чем в два раза стоит Китай, далее следуют рынки Германии и Японии. Влияние генеративного ИИ потенциально может обеспечить дополнительную глобальную экономическую активность по всему миру. Самое большое влияние генеративного ИИ наблюдается в таких отраслях мировой экономики как розничная торговля, транспортировка и хранение, финансовая сфера. В области транспортировки и хранения роль искусственного интеллекта возрастает, обеспечивая анализ точек доставки, данных о клиентах, частоты доставки и сроков доставки, нахождение оптимальных маршрутов доставки продукта с прогнозом возможной задержки или нарушения графиков/маршрутов доставки. Генеративный ИИ может быть использован в управлении ценообразованием на продукт в соответствии с состоянием рынка. Генеративный ИИ анализирует данные о клиентах, транспортных расходах, уровне запасов, о конкуренции, объединяя все эти данные для установления оптимальной цены на услуги и продукты, обеспечивая их конкурентоспособность в рыночных условиях. В России данная технология также начала внедряться в логистику. В 2024 году по оценке влияния генеративного ИИ на ВВП РФ в транспорте и хранении может составить от 0,6% до 1,0% или 59,6-99,4 млрд р. При этом, доля всего транспортного хранения в ВВП РФ на 2024 год будет 5,6% или 9935,3 млрд р. [13]. К основным проблемам, снижающим темпы интеграции искусственного интеллекта в логистику, можно отнести:

- приватность данных, которых для ИИ требуется большое количество; до сих пор не решены вопросы конфиденциальности, касающиеся данных, которые можно собирать, как их можно использовать и кто имеет право их видеть;
- ограниченность возможностей по непрерывному обновлению данных в режиме реального времени;
- неточность некоторых алгоритмов из-за обучения на данных, которые уже могут содержать предвзятость и усиливать ошибочные суждения, без их исключения;
- технические проблемы из-за наличия в основе некачественных данных;
- риск утечки баз данных вследствие угрозы хакерских атак, которые могут изменить работу ИИ и спровоцировать потери;
- социальные проблемы, связанные с потерями рабочих мест, которые будут автоматизированы с помощью искусственного интеллекта [8].

Заключение

Таким образом, возможности использования искусственного интеллекта в сфере транспортной логистики разнообразны. Ведущие логистические организации уже используют искусственный интеллект и машинное обучение для имитации человеческого мышления и его совершенствования с точки зрения эффективности принятия решений на основе больших массивов данных. Использование ИИ в глобальных цепях поставок могут обеспечить условия управления инфраструктурными активами и сооружениями наиболее экономичным способом. Использование прогнозной аналитики на основе искусственного интеллекта может помочь поставщикам транспортных услуг оптимизировать планирование маршрутов и графики поставок, повысить производительность активов за счет своевременного технического обслуживания, что сократит случаи отказов. Возможности логистических решений с искусственным интеллектом определяются потребностями конкретных организаций в области логистики. Поэтому внедрение искусственного интеллекта в логистические процессы каждой организации является процессом творческим с необходимостью учета ее особенностей, хотя определенные решения по внедрению ИИ можно тиражировать для бизнеса конкретных отраслей.

Литература

1. Тьюринг Алан. Вычислительные машины и разум / Перевел Королев К. – Москва: Издательство АСТ, 2018. – 128 с.
2. Применение искусственного интеллекта [Электронный ресурс]. URL: <https://developers.sber.ru/help/ml/use-ai>.
3. Что такое искусственный интеллект [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6312267>.
4. Искусственный интеллект в логистике и транспортировке: изменения, основанные на данных, для развития бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <https://indatalabs.com/blog/ai-in-logistics-and-transportation>.
5. Искусственный интеллект в логистике [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/transport/1064001-iskusstvennyy-intellekt-v-logistike>.

6. Опрос Gartner показывает, что половина организаций цепочки поставок планируют внедрить AI в ближайшие 12 месяцев [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/transport/1064001-iskusstvennyi-intellekt-v-logistike>.
7. ИИ в статистике логистики: размер рынка и тенденции [Электронный ресурс]. URL: <https://marketsplash.com/ai-logistics-statistics/>.
8. Искусственный интеллект в логистике: тенденции, сложности при внедрении, сферы применения, кейсы [Электронный ресурс]. URL: <https://oborot.ru/articles/artificial-intelligence-logistics-i183598.html>.
9. Как нейросети управляют движением в России [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/65168cdc9a794764f1ad04697>.
10. Искусственный интеллект в логистике [Электронный ресурс]. URL: <https://www.computerra.ru/288683/iskusstvennyj-intellekt-v-logistike-opyt-kompanij/>.
11. Метавселенные: что это такое [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/>.
12. Объем мирового рынка генеративного ИИ в 2024 году с прогнозом до 2032 года [Электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/ru/companies/rosatom/articles/796537/>.
13. Генеративный ИИ на рынке логистики [Электронный ресурс]. URL: <https://www.precedenceresearch.com/generative-ai-in-logistics-market>.
14. Nazarova V. Influence of integrated communications on increasing the attractiveness of transport services in Uzbekistan // *International Finance and Accounting*, 2018. – № 5. – С. 25.
15. Raza Z. Digital transformation of maritime logistics: Exploring trends in the liner shipping segment / Z. Raza, J. Woxenius, C.A. Vural, M. Lind // *Computers in Industry*, 2023. – V. 145.

УДК 330.47; 332.146.2; 339.138

Р.Л. Юсубов

**ИНТЕГРАЦИЯ МАРКЕТИНГА НА МИКРО- И МАКРОУРОВНЕ
КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ТРЕНД**

R.L. Usubov

**INTEGRATION OF MARKETING AT MICRO AND MACRO LEVEL
AS PERSPECTIVE MARKETING TREND**

Ключевые слова: маркетинг организаций, маркетинг мест, территориальный маркетинг, региональный маркетинг, имидж государства, межрегиональная интеграция, потребности, клиенты.

Keywords: marketing of organizations, marketing of places, territorial marketing, regional marketing, state image, interregional integration, needs, clients.

Цель: исследование основных направлений маркетинговой деятельности на микро- и макроуровнях экономики и выявление роли маркетинга организаций, территорий и регионов при формировании маркетинга страны. Обсуждение: при формировании маркетинга на разных уровнях управления и страны в целом, необходимо предусмотреть создание маркетинговой информационной системы, которая направлена на получение достоверной маркетинговой информации. Данная система применима и для решения задач территориального маркетинга с учетом особенностей, необходимых для разработки и реализации социально-экономического развития территорий и регионов. Результаты: обобщены цели и направления маркетинговой деятельности на разных уровнях экономики, представлены основные ориентиры маркетинговой деятельности на микро- и макроуровнях экономики для целей развития маркетинга страны, раскрывается взаимосвязь маркетинга организаций, территорий, регионов. Автором предлагается адаптация маркетинговой информационной системы для целей развития имиджа и привлекательности страны.

Purpose: to study the main directions of marketing activities at the micro and macro levels of the economy and to identify the role of marketing of organizations, territories and regions in the formation of the country's marketing. Discussion: When forming marketing at different levels of management and the country as a whole, it is necessary to provide for the creation of a marketing information system that is aimed at obtaining reliable marketing information. This system is also applicable to solving problems of territorial marketing, taking into account the features necessary for the development and implementation of socio-economic development of territories and regions. Results: the goals and directions of marketing activities at different levels of the economy are summarized, the main guidelines for marketing activities at the micro and macro levels of the economy are presented for the purposes of developing the country's marketing, the relationship between the marketing of organizations, territories, and regions is revealed. The authors propose adaptation of a marketing information system for the purpose of developing the image and attractiveness of the country.

Электронный адрес: 3600573@mail.ru

Введение

Рыночная конкурентная среда предполагает использование и применение современных подходов к бизнес-процессам субъектов хозяйствования, процессам деятельности органов государственной и муниципальной власти, и общественного развития в целом. Одним из важных подходов в аспекте общественного развития для всех участников рыночных отношений играет маркетинговая парадигма и/или маркетинговая методология. В современных условиях для предпринимательских структур развитие эффективной маркетинговой деятельности является одним из важных направлений их эффективного функционирования и достижения ими поставленных целей. Применение маркетинга в деятельности муниципальных образований, регионов и государства в целом также является важным аспектом общественного развития, но цели и задачи существенно отличаются от целей и задач предпринимательской деятельности. Маркетинг территорий, региона и страны направлен на предоставление информации о достопримечательностях и привлекательности; усилении сотрудничества территорий в отраслевом и межотраслевом плане; расширение различных программ муниципального, регионального, национального и международного уровней; устранение диспропорций на рынке труда, образовательной сферы, здравоохранения и т.д.; информирование и обеспечение населения территорий продуктами для удовлетворения их нужд и потребностей; многое другое.

Для общественного развития маркетинг представлен не только возможностями взаимодействия граждан и населения с организациями, предприятиями и органами государственной и муниципальной власти, но и кооперации между собой в разных форматах взаимосвязи (деловых, социальных, игровых и других форматах). Причем все выше представленные взаимодействия происходят в условиях цифровизации и цифровой трансформации государственного и общественного развития.

Методы

На основании анализа и синтеза информации обобщены основные направления маркетинговой деятельности на микро- и макроуровнях экономики, а также показана роль маркетинга организаций, территорий и регионов при формировании маркетинга страны; с помощью сравнительного анализа представлена взаимосвязь маркетинга на микро- и макроуровне для целей развития маркетинга государства; на основе методов абстракции и суждений предложена маркетинговая информационная система организаций (предприятий), территорий, регионов и страны. Материалами научной статьи явились открытые публичные материалы и труды отечественных и зарубежных ученых в области маркетинга организаций (предприятий), маркетинга мест, территориального маркетинга, регионального маркетинга, а также работы учебного и учебно-методического характера.

Результаты

Маркетинговая деятельность на разных уровнях экономической деятельности существенно различается между собой, о чем свидетельствуют представленные на рис. 1 данные по целям и направлениям маркетинга. Вместе с тем, следует отметить, что от микроуровня маркетинговой деятельности зависит и маркетинг территорий, от маркетинга муниципального образования зависит региональный маркетинг, а в совокупности маркетинга регионов и маркетинг государства.

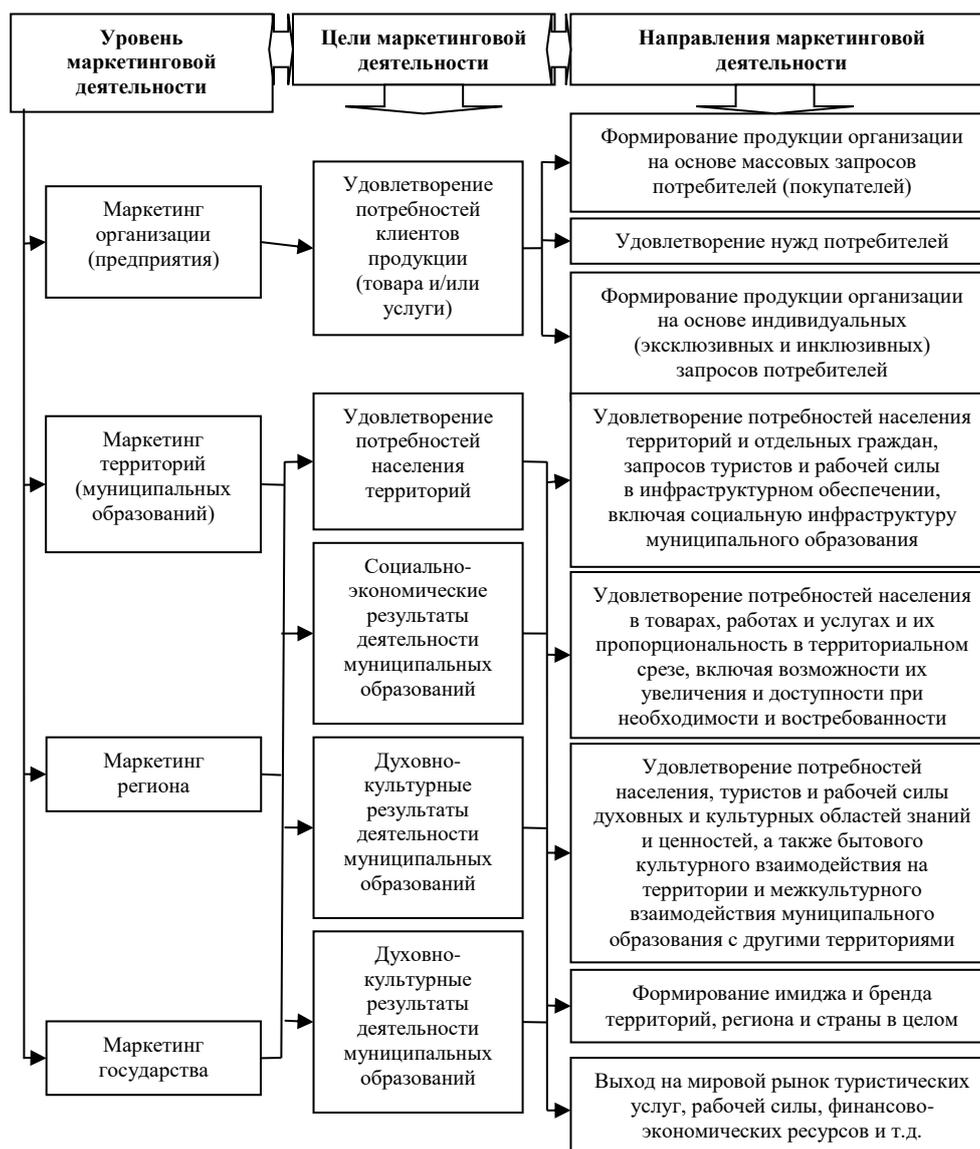


Рис. 1. Обобщенные цели и направления маркетинговой деятельности на микро- и макроуровнях экономики (составлено автором)

На рис. 1 представлены обобщенные цели и направления маркетинговой деятельности на разных уровнях экономики, раскрываются на основе позиции удовлетворения нужд, потребностей и запросов потребителей, в лице – граждан, населения, туристов, инвесторов, организаций (предприятий), органов государственной и региональной власти, муниципальных образований. Все вышеназванные участники рыночных отношений выступают и как объекты системы управления и регулирования и как субъекты, могут быть прямыми бенефициарами или косвенными, быть инвесторами или спонсорами и многое другое. Можно констатировать тот факт, что раньше конкуренция с локальной точки производителя и/или его посредника(ов) переросла в конкурентные возможности микро-организации в России в перспективе реализации продукции в мировом пространстве, посредством маркетинговой парадигмы и цифровой трансформации экономик стран мира. Для более детализированного представления об основных ориентирах маркетинговой деятельности на микро- и макроуровнях экономики для целей развития маркетинга страны представим рис. 2. Следует отметить, что маркетинг организации, муниципальных образований, города или территориальный маркетинг, региональный маркетинг направлен на формирование имиджа государства, привлекательности страны для граждан, туристов, инвесторов, предпринимателей, являющимися резидентами и нерезидентами России. Необходимо подчеркнуть, что во многих трудах зарубежных и отечественных авторов маркетинг мест, муниципальный маркетинг и маркетинг города используются как тождественные понятия и/или взаимозаменяющийся термины, т.е. маркетинга мест употребляется и как маркетинг города и как муниципальный маркетинг, а также территориальный маркетинг; маркетинг города исключает маркетинг сельских поселений и их мест (маркетинг мест), но содержит элементы муниципального и территориального маркетинга. Региональный маркетинг, интегрирует все вышеперечисленные группы, включая маркетинг организаций.

Вместе с тем, следует отметить, что маркетинг мест или маркетинг города может включать основу (инфраструктуру) для туристической и инвестиционной сферы деятельности, обеспечить местное население рабочими местами и формировать предложения для трудовых ресурсов как региона, так и национальной экономики в мировом пространстве. Приведем примеры. Маркетинг мест – озеро Лох-Несс (привлекает туристов персонажем фольклора существа «Лох-несское чудовище»); озеро Байкал (самое большое озеро в мире); «Чернобыльский тур», предлагает экскурсии в г. Чернобыль, в окрестностях которого произошла авария Чернобыльской атомной электростанции; самый маленький район Нью-Йорка

«Манхеттен» и/или «Статуя свободы»; места (районы) Лондона, посещаемые туристами из-за персонажа книги Артура Игнатиуса Конана Дойля «Шерлок Холмс» и снятые по его мотивам художественных фильмов. Последний пример можно отнести не только к маркетингу мест, но и к маркетингу города. Однако, более концептуальный пример маркетинга города – это Мачу-Пикчу (древнее поселение инков), Пальмира (древний город на территории Сирии и т.д.). Маркетинг территорий Каппадокия (название местности современной Турции), остров Бали и остров Пасхи и т.д. Региональный маркетинг – пляжи Краснодарского края, горы Республики Адыгея и многое другое. Маркетинг страны: Эйфелева башня, Елисейские Поля и Лувр в Париже; Египетские пирамиды, самый большой в мире амфитеатр «Колизей», Красная площадь в Москве, Великая Китайская стена и т.д. Данные понятия можно использовать как тождественные понятия, в случаях: если говорить о каком-то месте в городе и/или в каком-то районе муниципалитета, то это маркетинг мест; если раскрывается уникальность и привлекательность города – маркетинг города или муниципального образования, а если поселения, сельской местности – применяется термин маркетинг муниципального образования или территориальный маркетинг. Поэтому на рис. 2 и раскрываются ориентации по направлениям маркетинга, а пунктиром уточняется их взаимосвязь и взаимодействие, формирующие маркетинг на уровне регионов, страны и международного уровня в целом.

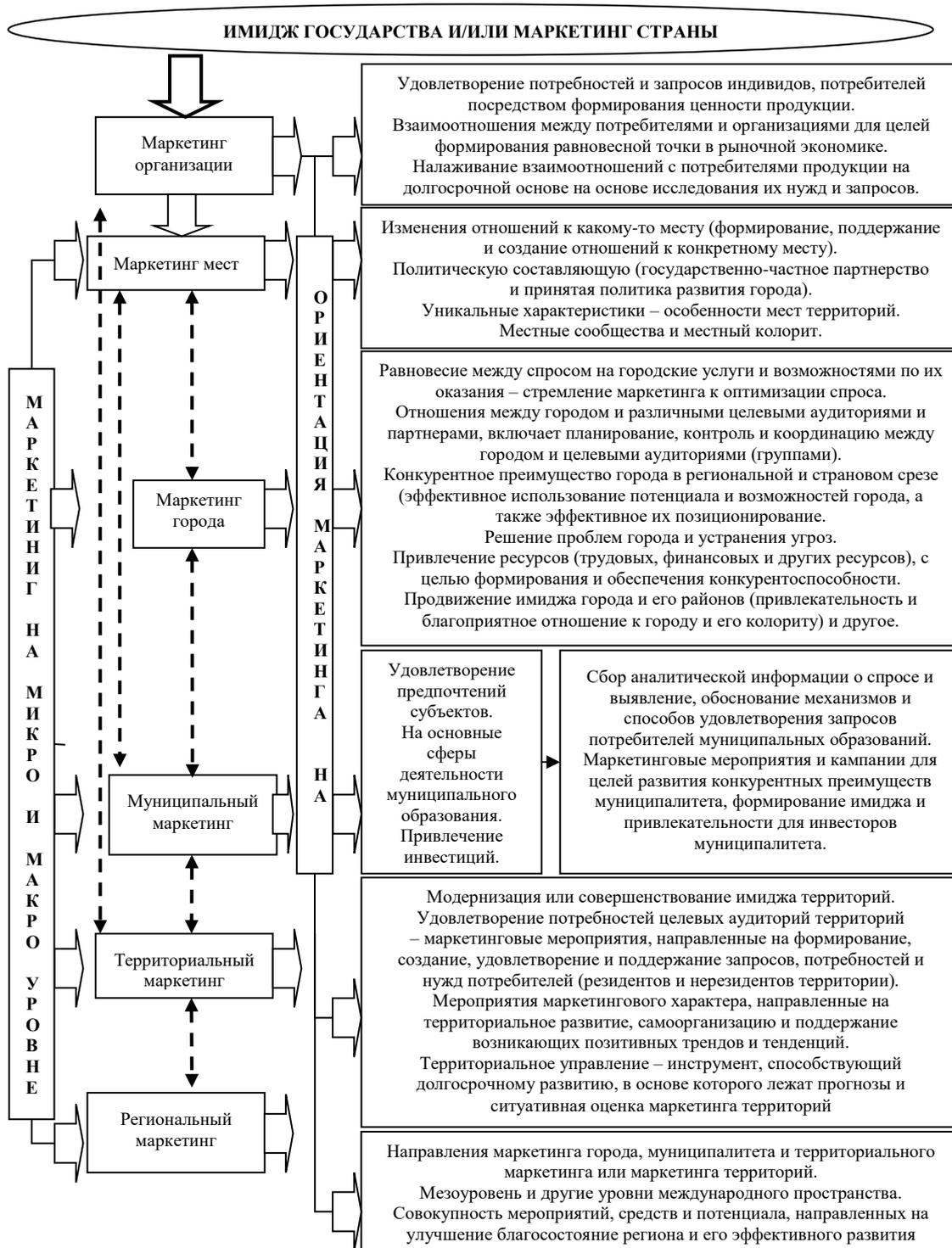


Рис. 2. Взаимосвязь маркетинга на микро- и макроуровне для целей развития маркетинга страны (систематизировано и дополнено автором на основе [8])

Региональный маркетинг формируется посредством имиджа маркетинга мест, маркетинга города, муниципального, территориального маркетинга, а также посредством формирования общего бренда субъекта экономики Российской Федерации. В итоге это формирует маркетинг страны, который в современных условиях является важной составляющей в привлекательности страны для резидентов и нерезидентов в разных сферах и областях деятельности. Для Российской Федерации роль маркетинга возрастает, особенно со сложившимися негативными условиями в отношении России «недружественными» странами, которые ведут не просто информационную войну, но и распространяют фейки про российские организации, определенные территории страны, российское общество, в целом. Для эффективной взаимосвязи маркетинга на микро- и макроуровне для целей развития маркетинга страны, а также для эффективности развития территорий и государстве в целом, необходимо предусмотреть следующие факторы, элементы и процессы, в частности:

- наличие конкурентного потенциала в отдельных субъектах Российской Федерации и их территорий не является конкурентным преимуществом без информационной осведомленности об этом, что объективно детерминирует формирование комплекса маркетинга на разных уровнях экономики для целей позиционирования страны в целом;

- взаимодействие в международном пространстве происходит не только в страновом плане, но и в деятельности организаций (предприятий), муниципалитетах и их территориях, которые конкурируют и сотрудничают в позитивном плане не только в государственном масштабе, но и в мировом хозяйстве; это происходит на основе взаимодействия отечественных и зарубежных организаций и их дочерних компаний, филиалов в мировом пространстве, а также кооперации с муниципальными образованиями и муниципалитетами между собой и т.д.;

- применение традиционного маркетинга и Интернет-маркетинга в деятельности организаций (предприятий), муниципальных образований и регионов – новшество первого десятилетия XXI века, однако, второе десятилетие и начало третьего XXI столетия детерминирует не просто цифровизацию процессов деятельности, но и цифровую трансформацию страны и общества в целом;

- привлечение персонала организации, граждан и населения муниципальных образований в формировании маркетинга территорий;

- качество, цена, доступность и равномерность продукции в территориальном плане развития Российской Федерации и информационная осведомленность о маркетинговой информации.

Исходя из выявленных факторов, элементов и процессов, представленных выше, интересен подход Митасова К.А., который в своей диссертационной работе «Использование концепции регионального маркетинга в системе программно-целевого управления социально-экономическим развитием региона» предложил трехуровневую модель межрегиональной интеграции на основе концепции маркетинга (рис. 3) [7].

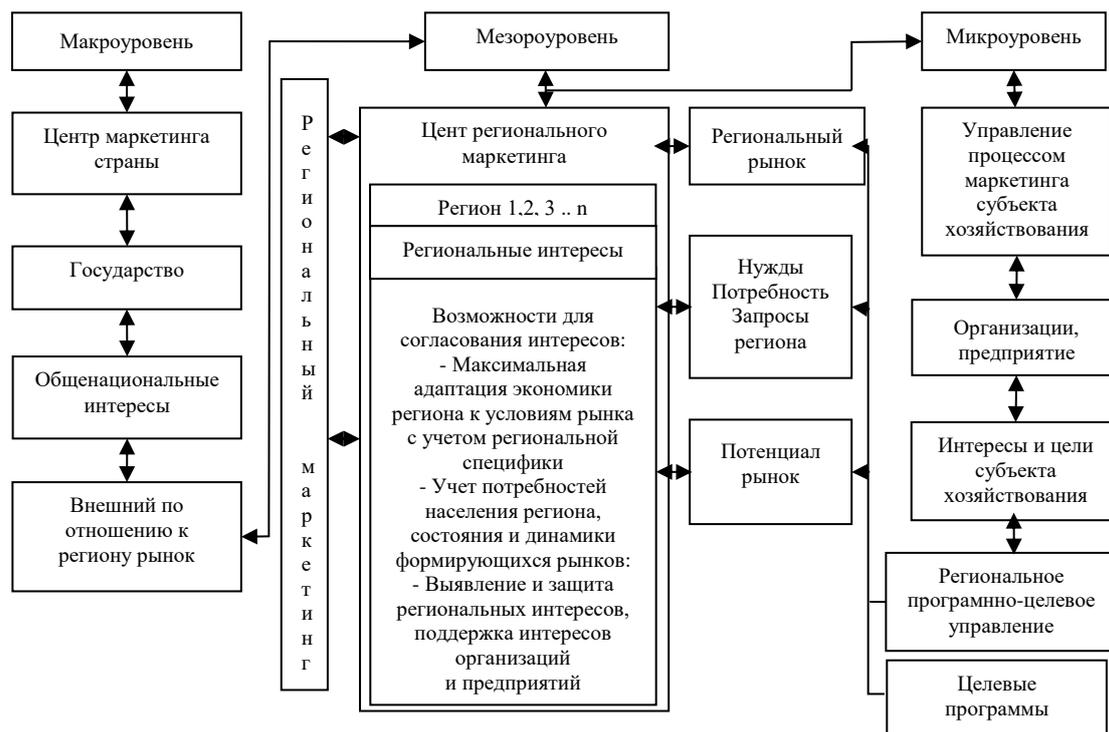


Рис. 3. Трехуровневая модель межрегиональной интеграции на основе концепции маркетинга [7]

Первый уровень – маркетинг страны, который составляет процесс макроэкономической интеграции, предлагающий согласование целей социально-экономического развития страны на межгосударственном уровне. Второй уровень – мезоуровень, где центр регионального маркетинга предоставляет интеграционные процессы на межрегиональной вертикальной и горизонтальной интеграции, что позволяет повышать уровень эффективности реализации целевых программ. Третий – микроуровень, маркетинг хозяйствующих субъектов, участвующих в процессе реализации адресных проектов и целевых программ, представляющих интеграционные процессы хозяйствующих субъектов различных форм собственности на основе программно-целевого управления [7].

Следует отметить, что для адаптации данной модели в деятельности хозяйствующих субъектов, субъектов экономики и страны, необходимо формирование маркетинговой информационной системы страны. Это особо актуально при цифровизации и цифровой трансформации общественного развития [2,5].

Обсуждение

При формировании маркетинга на разных уровнях управления и страны в целом, необходимо предусмотреть создание маркетинговой информационной системы. На рис. 4 представлена маркетинговая информационная система организаций (предприятий), территорий, регионов и страны, которая отражает структуру маркетинговой деятельности на разных уровнях экономики и предназначена для выявления особенностей и потребностей участников рыночного хозяйствования. Данная система направлена на получение достоверной маркетинговой информации в динамике, которая способствует принятию эффективных управленческих решений на разных уровнях национальной экономики (организаций, территорий, региона и страны). Она применима и для решения задач территориального маркетинга с учетом особенностей, необходимых для разработки и реализации социально-экономического развития территорий и регионов [10]. Первая фаза – это проведение маркетингового исследования организациями, предприятиями и получение информации о нуждах и запросах потребителей. Проведение такого исследования охватывает не только офлайн режим, но и онлайн формат наблюдения. На второй фазе данная информация передается специализированным органам муниципалитетов, которые также проводят мониторинг и контроллинг требований граждан, населения и организаций (предприятий) к муниципальным образованиям. Третья фаза состоит в выявлении собственного потенциала и возможностей решения различных и разнообразных запросов потребителей территории. При отсутствии возможностей самостоятельного решения, муниципальными образованиями формируется стратегия, которая и доводится до органов региональной власти, а дальше по иерархической цепочки, принятой в Российской Федерации.



Рис. 4. Маркетинговая информационная система организаций, территорий, регионов и страны [3,6,10]

Заключение

Основные направления и ориентиры маркетинговой деятельности на микро- и макроуровнях следующие:
 – удовлетворение потребностей клиентов продукции (товара и/или услуги) всех участников рыночных отношений;
 – удовлетворение потребностей населения и граждан территорий и страны в целом в продукции, инфраструктуре (от базовых инфраструктур территорий до финансово-экономических, социальных инфраструктур);

– удовлетворение потребностей населения, туристов и рабочей силы в духовных и культурных областях знаний и ценностей, а также бытового культурного взаимодействия на территории и межкультурного взаимодействия муниципального образования с другими территориями;

– формирование имиджа и бренда территорий, региона и страны в целом – основа развития социального сообщества, населения, посетителей территории (туристов, предпринимателей, инвесторов и т.д.);

– выход на мировой рынок туристических услуг, рабочей силы, финансово-экономических ресурсов и т.д. – является основой на микро- и макроуровне маркетинговой деятельности организаций, хозяйствующих субъектов, субъектов экономики и страны в целом;

– участие персонала организации в маркетинговой деятельности, независимо от принадлежности к подразделению хозяйствующего субъекта и/или сотрудников муниципалитета и/или региональных органов власти.

Трансформация обучения для сотрудников организации должна стать регулярным процессом, для целей формируются профессиональные компетенции персонала организации (предприятия), включая маркетинговые навыки и умения [11]. Эффективное управление маркетингом в деятельности хозяйствующих субъектов – необходимое условие работы для целей потребительско-ориентированного формата развития субъектов хозяйствования. Цифровые решения усиливают ориентацию бизнеса на клиента. Деловая деятельность коммерческих организаций разных отраслей и сфер деятельности должна продемонстрировать их реальную готовность удовлетворить потребности потребителей и важность для них маркетингового управления бизнесом [12].

Литература

1. Астахин А.С. Маркетинг персонала: исследование опыта зарубежных университетов в стимулировании сотрудников // Практический маркетинг, 2024. – № 3. – С. 9-12.
2. Дурягин А.С. Визуальный креатив в цифровой эпохе: вызовы и возможности для маркетинговых коммуникаций // Практический маркетинг, 2024. – № 4. – С. 43-47.
3. Ерёмин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации // Москва: КНОРУС, 2006. – 656 с.
4. Закускин С.В. Анализ номинальных признаков в маркетинговых исследованиях с использованием квантификации измерительных шкал // Практический маркетинг, 2024. – № 1. – С. 32-37.
5. Казарян С.А. Разработка продуктовой матрицы как инструмента стратегического маркетинга // Практический маркетинг, 2024. – № 4. – С. 71-76.
6. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Железнякова, А.Ю. Штезель, А.Э. Штезель [и др.]. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 561 с.
7. Митасов К.А. Использование концепции регионального маркетинга в системе программно-целевого управления социально-экономическим развитием региона: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Митасов К.А.; [Гос. ун-т – учебно-научно-произв. комплекс]. – Орел, 2011. – 23 с.
8. Назарова Э.А. Совершенствование методов формирования и оценки маркетингового потенциала региона: дис. ... кандидата экономических наук: 5.2.3. / Назарова Э.А.; [Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова]. – Москва, 2023. – 182 с.
9. Осадчая С.М. Вопросы востребованности социально-этичного маркетинга в работе российских предприятий // Практический маркетинг, 2024. – № 4. – С. 4-8.
10. Ощепкова М.Д. Территориальный маркетинг и промышленная политика региона: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Ощепкова М.Д.; [Удмурт. гос. ун-т]. – Ижевск, 2008. – 25 с.
11. Bondarenko V.A., Chisnikov V.A., Voronov A.A., Zubareva N.N. Marketing management in the creation of business models in the medical services market in the context of digitalization / V.A. Bondarenko, V.A. Chisnikov, A.A. Voronov, N.N. Zubareva // Strategies and trends in organizational and project management «Lecture Notes in Networks and Systems. Editors: Pavel V. Trifonov, Marina V. Charaeva. – 2022. – P. 363-369.
12. Ksenofontova T.YU., Voronov A.A., Alexandrova N.A., Zharkova E.A., Semenova S.V. Transformation education process model development in the organization / T.YU. Ksenofontova, A.A. Voronov, N.A. Alexandrova, E.A. Zharkova, S.V. Semenova // International journal of early childhood special education, 2022. – № 1. – Т. 14. – P. 260-267.

5.2.4. ФИНАНСЫ

УДК 336.027

А.М. Брче, М.А. Брче, А. Шааб

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ БИЗНЕСА – ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА

А.М. Brche, M.A. Brche, A. Schaab

AN INTEGRATED APPROACH TO BUSINESS TAXATION IS THE BASIS FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE STATE

Ключевые слова: устойчивое развитие, внутренняя кооперация, кластеры, кластерные технологии, добавленная стоимость, предпринимательская деятельность, прогрессивное налогообложение, межбюджетное регулирование, цифровые технологии.

Keywords: sustainable development, internal cooperation, clusters, cluster technologies, value added, entrepreneurial activity, progressive taxation, inter-budgetary regulation, digital technologies.

Цель: аргументировать изменение парадигмы механизмов устойчивого развития на основе усиления внутренней кооперации путем создания различного рода кластеров. Обсуждение: отмечена одна из главных причин торможения процесса создания кластеров в виде несовместимости систем налогообложения крупных компаний и предприятий МСБ. Проведен сравнительный анализ систем налогообложения бизнес-структур на основе добавленной стоимости, рассматриваемых экспертным сообществом Российской Федерации и Соединенных Штатов Америки. Результаты: обоснована необходимость выбора в качестве налогооблагаемой базы – собственная добавленная стоимость компании. Предложены схемы расчета налога на предпринимательскую деятельность компании и прогрессивного налогообложения доходов сотрудников компании. Показана возможность реализации представленных схем налогообложения и межбюджетного регулирования на основе цифровых технологий. Для реализации предлагаемых механизмов обеспечения концепции устойчивого развития на уровне компании целесообразно создание соответствующего департамента.

Purpose: to argue for a change in the paradigm of sustainable development mechanisms based on strengthening internal cooperation by creating various kinds of clusters. Discussion: one of the main reasons for the slowdown in the process of creating clusters is noted in the form of incompatibility of the taxation systems of large companies and SMEs. A comparative analysis of the value-added taxation systems of business structures considered by the expert community of the Russian Federation and the United States of America is carried out. Results: the necessity of choosing the company's own added value as the tax base is justified. The schemes for calculating the company's business tax and progressive taxation of the income of the company's employees are proposed. The possibility of implementing the presented schemes of taxation and inter-budgetary regulation based on digital technologies is shown. To implement the proposed mechanisms for ensuring the concept of sustainable development at the company level, it is advisable to create an appropriate department.

Электронный адрес: adel.brche@yandex.ru, brche@mail.ru, info@gut-haus.de

Введение

Налоговая система предусматривает возможность сбора по определенным схемам и правилам части финансовых средств субъектов налогообложения (налоговых сборов), полученных ими за определенный период. Схемы и правила налоговых сборов устанавливаются уполномоченными государственными органами управления. Субъекты налогообложения (налогоплательщики) – это организации и физические лица, на которые возложена обязанность по уплате налогов за счет собственных средств. Известно, что основу концепции устойчивого развития определяет соразмерное экономическое, социальное и экологичное развитие [12]. При этом отмечается, что роль экономического развития в концепции устойчивого развития государства является определяющей. Социальная и экологическая составляющие выступают в определенной мере в роли ограничителей, одновременно задающих цели экономического развития. Постановка такой глобальной задачи, как реализация концепции устойчивого развития, требует участия всех слоев общества: органов власти на всех уровнях управления, различных бизнес-структур, организаций и населения. Речь идет о том, что каждое структурное образование общества должно быть озабочено реализацией концепции устойчивого развития, исходя из возможностей своего влияния [12]. Наиболее ответственными звеньями в реализации концепции устойчивого развития являются бизнес-структуры.

Методы

В процессе работы мы опирались на предложения международного экспертного сообщества по описываемой проблематике, статистические данные специализированных организаций, аргументирующих тенденции развития экономики в разных странах. При этом на основе анализа действующей практики и предложений осуществлялся синтез новых механизмов реализации концепции устойчивого развития.

Результаты

Вступление в 2012 году Российской Федерации во Всемирную Торговую Организацию вселило надежду отечественных предпринимателей на полезное и выгодное для себя использование возможностей участия в глобальной торговле и международной системе разделения труда. Но введение против российской экономики множества санкций на внешнем рынке товаров, комплектующих, технологий, банковской сфере потребовали изменения парадигмы развития в сторону импортозамещения на основе ориентации и опоры на использование внутренних ресурсов и активизацию внутреннего производства. В качестве одного из направлений экономического развития явилось усиление внутренней кооперации, в том числе путем активизации создания различного рода кластеров: торгово-производственных, производственных, научно-производственных. Особенно активно развиваются торгово-производственные кластеры. Так, к примеру, крупная сетевая торговая компания в качестве ядра кластера формирует пул поставщиков – производителей готовой продукции, полуфабрикатов, материалов для последующей их переработки и продажи. Такую структуру крупные сетевые

торговые компании часто выстраивают на базе своих филиалов, практикуя создание и функционирование региональных кластеров, активно привлекая к участию в них местные предприятия малого и среднего бизнеса (МСБ) [6]. Представленная кластерная технология способствует эффективному продвижению внутренней кооперации путем:

- расширения возможностей действующих предприятий малого и среднего бизнеса и открытия новых предприятий этого сегмента;
- увеличения объема и качества выпускаемой продукции и услуг участниками кластера;
- возникновения синергетического эффекта за счет множества благоприятных факторов, в числе которых низкие издержки на логистические операции;
- повышения компетенций управленческого, инженерного, да и всего работающего персонала предприятий кластера;
- подъема общей заинтересованности участников кластерного образования и региональных органов управления в решении задач по реализации устойчивого развития территорий на основе локализации торгово-производственных процессов.

Перечисленные факторы положительного влияния кластерной технологии помимо торгово-производственной кооперации характерны и для других видов кооперации крупных компаний и предприятий малого и среднего бизнеса: производственного и научно-производственного сегмента. Здесь уместно привести некоторые статистические данные о соотношении вкладов крупных компаний, с одной стороны, и предприятий малого и среднего бизнеса, с другой стороны, в экономику различных стран. Нами сформирована таблица по доле населения, занятого на предприятиях малого и среднего бизнеса и доле участия этого сегмента экономики в создании ВВП Российской Федерации, Китая и США [2,3,8].

Таблица

Доля участия малого и среднего бизнеса
в обеспечении занятости населения и создании ВВП по странам

| Доля МСБ в % занятого населения | РФ | Китай | США |
|------------------------------------|----|---------|-------|
| ВВП | 20 | 60 - 80 | 50-60 |

При этом отметим, что в РФ 55-60% предприятий МСБ работают в сфере оптовой и розничной торговли и только 10-11% в обрабатывающей промышленности. В США, Японии, Испании отмечается активное привлечение и участие предприятий МСБ в машиностроительной отрасли. Так, широкое распространение получила практика субконтрактации, когда крупная компания размещает заказы, к примеру, на комплектующие изделия на предприятиях малого и среднего бизнеса. Доля таких комплектующих в автомобильной отрасли этих стран может составлять 70-75% [7].

Обсуждение

Что мешает сфере малого и среднего бизнеса в Российской Федерации достичь показателей экономически развитых стран? На наш взгляд, одной из главных причин такого положения является несовместимость систем налогообложения крупных компаний на общей системе налогообложения (ОСН) и предприятий МСБ, освобожденных от уплаты НДС. В первую очередь, это касается предприятий МСБ, применяющих специальные налоговые режимы, в частности, упрощенную систему налогообложения (УСН). По данным Комитета Совета Федерации по бюджету и финансовым рынкам с заседания «круглого стола» на тему «О влиянии специальных налоговых режимов на развитие предпринимательства в производственной сфере» от 8 декабря 2023 года из почти 6 млн субъектов малого и среднего предпринимательства в 2022 году 81% субъектов применяли специальные налоговые режимы [5]. Крупные компании, как правило, отказываются от закупок продукции и услуг предприятий МСБ, освобожденных от уплаты НДС. Это связано с тем, что крупная компания(компания) не может осуществить зачет по НДС ввиду неначисления НДС на продукцию и услуги таких поставщиков из-за невозможности получения от них зачетных документов в виде счетов-фактур. Хотя следует отметить, что компания, по сути, не несет при этом финансовых издержек. Если компания покупает товары без начисленного НДС, то она и уплачивает за них меньше на эту самую величину НДС. Затем в цену продукции компании практически искусственно включается НДС, в том числе, и на стоимость продукции и услуги поставщика, освобожденного от уплаты НДС. В результате получается, что компания оплачивает НДС все равно единожды: либо в момент оплаты за товар с НДС, либо при уплате НДС. Но, несмотря на такую ситуацию, крупные компании часто категорически отказываются сотрудничать с предприятиями-неплательщиками НДС. Данное обстоятельство в значительной мере тормозит продвижение кластерной технологии развития внутренней кооперации.

Представим ситуацию, когда крупная компания все же закупает товары одного или нескольких предприятий-поставщиков, освобожденных от обязанностей по уплате НДС. Компания не получает счетов-фактур от таких поставщиков для зачета НДС по закупленным товарам. В этом случае получается, что крупная компания уплачивает налог на добавленную стоимость, включающую не только стоимость своей продукции, но и стоимость приобретенных товаров указанных предприятий-поставщиков. В такой ситуации НДС не соответствует своему назначению и названию: налога на добавленную стоимость продукции конкретной компании. По сути, НДС в нынешнем ее виде представляет собой банальное повышение цены товара. Причем размер этого повышения определяется не самим производителем, исходя, к примеру, из рыночных условий, а устанавливается жестко сверху, уполномоченными на это государственными органами управления. В экономическом сообществе НДС рассматривается как один из видов налога с продаж. К тому же необходимо отметить, в подтверждение тезиса об аналогии с налогом с продаж, базой для исходящего НДС является цена товара. По сравнению с налогом с продаж НДС является достаточно сложно учитываемым, обремененным множеством условий зачета, уплаты, возмещения и возврата. В результате имеет место быть большое количество нарушений, даже экономических преступлений, связанных с НДС [4]. Пристальное внимание уделяется НДС из-за большого вклада этого налога в формирование и исполнение Федерального бюджета РФ. Доля НДС в доходах федерального бюджета РФ за 2022 год составляла 36%, что вполне сопоставимо с нефтегазовыми доходами – 38% [10].

Предпринимательским сообществом предлагается реформирование системы начисления налога на бизнес [9,11]. В качестве налоговой базы предлагается принять величину добавленной стоимости компании, фактически созданную за определенный налоговый период. Авторы [9] предлагают определять значение добавленной стоимости в составе реализованной продукции прямым счетом из данных бухгалтерского учета как сумму фонда оплаты труда, прибыли, налогов и амортизации. На наш взгляд, такой подход не позволяет использовать возможности цифровизации экономических расчетов,

сохраняя значительное вмешательство контрольных органов путем установления различного рода условий определения составляющих добавленной стоимости, не упрощая при этом работу бухгалтерам. Выше было отмечено, что организации и физические лица являются отдельными субъектами налогообложения. Поэтому, на наш взгляд, резонно вычленивать заработную плату сотрудников, получаемую на основе индивидуального трудового договора с руководством бизнес-организации, из налогооблагаемой базы компании – величины добавленной стоимости. Включение авторами [9] фонда оплаты труда в величину добавленной стоимости наряду с их предложениями о прогрессивном налоге с доходов физических лиц приводит к двойному налогообложению заработной платы сотрудников компаний. Представляется, что развитие современной экономики позволяет использовать множество путей диверсификации бизнес-деятельности компаний, в частности, открываются возможности получения широкого спектра внереализационных доходов. Многие компании активно используют подобные возможности. Нам представляется целесообразным расширить налоговую базу бизнес-деятельности и трактовать ее как разность между доходами от реализации (НК РФ Статья 249) и внереализационными доходами (НК РФ Статья 250), с одной стороны, и расходами компании, связанными с получением доходов от реализации (НК РФ Статья 346.16) и внереализационных расходов (НК РФ Статья 265), с другой стороны. Рассчитанную таким образом налоговую базу обозначаем как собственную добавленную стоимость компании (рис. 1). Предусматривается рассчитывать налоговую базу для всех видов бизнес-организаций по одинаковым правилам и нарастающим итогом: за первый квартал, полугодие, девять месяцев и год.



Рис. 1. Схема расчета собственной добавленной стоимости компании

Стоит отметить, что в составе расходов учитывается заработная плата сотрудников компании с налоговыми и страховыми начислениями. Это делается намеренно, по причине избежания в будущих расчетных операциях двойного налогообложения заработной платы сотрудников компании. Предлагаемый нами метод определения величины собственной добавленной стоимости компании основан на использовании первичной банковской информации между контрагентами с ИНН-идентификацией. Данный метод пригоден для цифровой обработки операций по взаиморасчетам и контролю за их достоверностью. При таком подходе можно достаточно легко удостовериться не только в проведении платежей, например, поставщику за материалы, но и учел ли поставщик полученные средства в виде доходов в расчетах своей собственной добавленной стоимости.

Экономическое содержание определенной таким образом налоговой базы представляет в основе своей сумму амортизационных отчислений на реновацию основных фондов и балансовой прибыли, полученную компанией по результатам предпринимательской деятельности за определенный налоговый период. Необходимо отметить, что фактическое вхождение амортизационных отчислений на реновацию основных фондов налогоплательщика в налоговую базу исключает использование (наличие) налога на имущество организации. При этом налог на землю уплачивается отдельно, исходя из кадастровой стоимости. Умножением собственной добавленной стоимости бизнес-организации на налоговую ставку определяется величина налога на предпринимательскую деятельность (НПД) для последующего его перечисления в специализированную бюджетную структуру (например – казначейство). Разница между собственной добавленной стоимостью и НПД определяется как чистая собственная добавленная стоимость бизнес-организации за отчетный период. На основе чистой собственной добавленной стоимости бизнес-организации формируются: фонд устойчивого развития компании (ФУР) и фонд материального и социального поощрения компании (ФМСП) (рис. 2). Органы управления компанией самостоятельно определяют цели, размеры и порядок формирования этих фондов.



Рис. 2. Схема расчета и распределения чистой собственной добавленной стоимости бизнес-организации

По сути, фонд устойчивого развития компании предназначается для решения задач экономического и экологического развития. А фонд материального и социального поощрения компании направляется на социальное развитие. В составе ФМСП концентрируются, в частности, дивиденды и средства на формирование социального пакета и других социальных льгот для сотрудников компании. Размер дивидендов определяется, как правило, по итогам экономических результатов деятельности компании за год. Фонд материального и социального поощрения рассматривается в определенной мере как фонд потребления, хотя его можно отнести и к фонду социального развития. Сотрудник компании – физическое лицо, как налогоплательщик, должен выплачивать налоги (НДФЛ) за счет собственных средств, получаемых от компании, складывающихся из заработной платы, а также получаемого индивидуального материализованного в денежную форму вознаграждения из фонда материального и социального поощрения бизнес-организации. Предлагается установить прогрессивное налогообложение собственных средств сотрудника, получаемых от компании. Уполномоченными государственными структурами устанавливаются ставки прогрессивного налогообложения, стимулирующие органы управления бизнес-организации на направление чистой собственной добавленной стоимости в фонд устойчивого развития с большей динамикой роста по сравнению с динамикой изменения фонда материального и социального поощрения компании. Считаем целесообразным предусмотреть возможность добровольного участия сотрудников компании своими средствами в увеличение фонда устойчивого развития компании в надежде получения дивидендов в будущем. Такой механизм способствует повышению личной заинтересованности сотрудников в устойчивом развитии компании. И что важно: если сотрудник примет такое решение до момента перечисления начисленных ему денежных средств на его личный банковский счет, то он выиграет в величине инвестиций, вложенных в устойчивое развитие своей компании. Выигрыш в инвестициях составит сумму, равную величине сэкономленных на законной основе налоговых выплат. Прогрессивное налогообложение доходов сотрудников и стимулирование их финансового участия в повышении результатов деятельности компании способствует созданию делового климата, нацеленного на развитие, а не на потребление. Бизнес-организация является агентом по уплате налога на предпринимательскую деятельность как за себя, так и НДФЛ за физических лиц в части налогообложения их заработной платы и вознаграждения из фонда материального и социального поощрения компании. Кроме того, за бизнес-организацией закрепляется обязанность по осуществлению страховых выплат в единый фонд социального страхования и фонд страховых взносов на травматизм по установленным тарифам за каждого сотрудника компании. Отметим, что сумма заработной платы сотрудников компании (на основе индивидуального трудового договора с руководством бизнес-организации) с НДФЛ на заработную плату и страховыми выплатами включается в состав расходов (НК РФ Статья 346.16 и НК РФ Статья 265) в расчете собственной добавленной стоимости компании (рис. 1, рис. 3).



Рис. 3. Схема формирования доходов физических лиц, получаемых от бизнес-организации

Следует подчеркнуть, что экономическое содержание предлагаемой налоговой базы налога на предпринимательскую деятельность бизнес-организации и НДФЛ представляет в основе своей сумму амортизационных отчислений на реновацию основных фондов, балансовой прибыли, заработной платы и материального вознаграждения работающих по результатам предпринимательской деятельности компании за определенный налоговый период. Такое содержание налоговой базы в определенной мере соответствует задачам финансирования бюджетных проектов по устойчивому развитию территориальных образований, включая реализацию инфраструктурных проектов. Исходя из такого толкования налогообложения собственной добавленной стоимости бизнес-организации и полученных от нее доходов его сотрудников делаем вывод о целесообразности распределения и использования получаемых налогов по всей цепочке звеньев территориальных образований. Остановимся подробнее на схеме межбюджетного регулирования этих двух налогов. В качестве основы схемы межбюджетного регулирования определяем функциональные и целевые задачи бюджетов: государства, субъектов Федерации и муниципальных образований. При этом схема межбюджетного регулирования должна мотивировать и настраивать управленческие структуры территориальных образований на решение задач по обеспечению устойчивого развития своих территорий, созданию на территории безопасных и благоприятных условий для бизнес-структур, существования и жизнедеятельности населения. И что особенно важно: благосостояние территориальных образований должно быть напрямую связано с эффективностью деятельности функционирующих здесь бизнес-структур и проживающих на территории граждан.

Налоговые ставки налога на предпринимательскую деятельность и НДФЛ устанавливаются уполномоченными государственными органами по результатам исполнения федерального бюджета, бюджетов субъектов Федерации и бюджетов муниципальных образований за определенный отчетный период. При этом принимается, что налоговая ставка сохраняется неизменной на весь срок принимаемого бюджета. На этапе установления ставки налога на предпринимательскую деятельность уполномоченными государственными органами определяется схема распределения ставки НППД и НДФЛ между федеральным бюджетом и консолидированными бюджетами субъектов Федерации, включая бюджеты муниципальных образований. В последующем уполномоченные органы субъектов Федерации устанавливают схему распределения своей доли ставки НППД и НДФЛ между бюджетом субъекта Федерации и бюджетами муниципальных образований. Величина налоговой ставки налога на предпринимательскую деятельность может быть дифференцирована по различным критериям:

- размеру бизнеса: крупные компании, малый и средний бизнес, микропредприятия;
- виду деятельности;

– включению механизмов инвестиционной привлекательности территорий государственными органами территориальных образований в пределах имеющихся полномочий.

При установлении дифференцированных налоговых ставок, к примеру, от размеров бизнеса важно предусмотреть плавное изменение критериев для того, чтобы максимально избежать соблазна дробления бизнеса с целью минимизации налога на предпринимательскую деятельность. В определенной мере аналогичная схема уже действует в Российской Федерации для предприятий малого и среднего бизнеса, использующих упрощенную систему налогообложения. Сбор и администрирование налогов, межбюджетное регулирование сами по себе являются очень ресурсоемкими и затратными мероприятиями. Предлагается перенести основную нагрузку по сбору и администрированию налогов по месту осуществления фактической деятельности бизнес-структуры на уровень соответствующего муниципального района. В городе Москва это может быть уровень округа, в Московской области – уровень городского округа. Затем с уровня муниципального района осуществляется перераспределение собранных средств на различные бюджетные уровни: Федерации, субъекта Федерации, муниципального района, поселений. Современные цифровые технологии, технические средства сбора и обработки информации позволяют достаточно успешно проводить такие операции. Предлагаемые методики налогообложения доходов бизнес-организаций и их сотрудников во многом упрощают сбор первичной информации, налоговые расчеты и проведение контроля за достоверностью результатов. В качестве дискуссии предлагается обсуждение возможности организации сбора и администрирования налогов на уровне соответствующих структур субъектов Федерации, на территории которых осуществляется фактическая деятельность бизнес-структур.

Заключение

Создав систему мотивации территориальных органов управления разного уровня в устойчивом развитии своих территорий, можно приступать к постановке и решению конкретных задач в этом направлении. Для реализации предлагаемых механизмов обеспечения концепции устойчивого развития на уровне компании целесообразно создание соответствующего департамента. Так, на департамент устойчивого развития компании предлагается возложить задачу создания и функционирования внутреннего банка бизнес-структуры [1]. Эта функция предусматривает, в частности, формирование и ведение реестра активных участников обеспечения реализации концепции устойчивого развития компании из числа своих сотрудников. Выполнение данной функции расширяет возможности инвестиционной деятельности и обоснованной дивидендной политики с участием сотрудников компании.

Литература

1. Внутренний банк – что это? Дата публикации 24.12.2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://sberpraima.ru/voprosy-i-otvety/vnutrennij-bank-cto-eto/>.
2. В США и Китае в три раза больше. Вклад малого бизнеса в ВВП России достиг 21% [Электронный ресурс]. URL: <https://dzen.ru/a/Zae3g1DwJFdx9a/>.
3. Вэй Цзэчжень. Малый и средний бизнес в КНР в контексте реализации инициативы «Один пояс, один путь» [Электронный ресурс]. URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/268845/1/176-182.pdf/>.
4. О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации (в части установления ответственности за сбыт и представление в налоговые органы заведомо подложных счетов-фактур и налоговых деклараций) Законопроект № 263208-8 [Электронный ресурс]. URL: sozd.duma.gov.ru.
5. Комитет Совета Федерации по бюджету и финансовым рынкам. Заседание «круглого стола» на тему «О влиянии специальных налоговых режимов на развитие предпринимательства в производственной сфере» 8 декабря 2023 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://council.gov.ru/activity/activities/roundtables/150947/>.
6. Королева О.В. Факторы развития торгового кластера региона // Современные технологии управления, 2016. – № 11.
7. Кочерова В. В. Зарубежный опыт обеспечения взаимодействия малого и крупного бизнеса (Российская Федерация) // International scientific review, 2016.
8. Кочнев А.А. Малое и среднее предпринимательство в развитых странах: особенности и перспективы развития // Прогрессивная экономика, 2023. – № 1. – С. 5–25.
9. Нигматулин Р.И., Кашин В.А., Абрамов М.Д. Модернизация налоговой системы – главное условие развития экономики России. Экспертно-аналитический центр по модернизации и технологическому развитию экономики ЭАЦ «Модернизация». – М.: ЭАЦ «Модернизация», 2020. – 121 с.
10. Расширенная коллегия Министерства финансов Российской Федерации. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2022 год. Москва, апрель 2023.
11. Approaches to Improve the Competitiveness of the U. S. Business Tax System for 21 -st Century. U.S. Department of the Treasury. Dec. 20, 2007. – P. 20.
12. Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie Weiterentwicklung 2021 – Kurzfassung [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bmfsfj.de/resource/blob/174260/51385895309085c0ce567488920aca36/20210310-weiternetwicklung-dns-kurzfassung-data.pdf>.

УДК 339.138

Н.И. Быканова, Н.С. Мельникова, Ф.Ю. Абдужалилова
**ФИНАНСОВЫЕ ИННОВАЦИИ КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ
 РАЗВИТИЯ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ**

N.I. Bykanova, N.S. Mel'nikova, F.YU. Abduzhalilova
**FINANCIAL INNOVATIONS AS A MARKETING TOOL
 FOR DEVELOPING CUSTOMER RELATIONSHIPS**

Ключевые слова: рынок услуг, банковские услуги, коммерческий банк, искусственный интеллект, финансовые инновации, платежные операции, маркетинговая деятельность, цифровизация.

Keywords: services market, banking services, commercial bank, artificial intelligence, financial innovation, payment transactions, marketing activities, digitalization.

Цель: рассмотреть финансовые инновации как один из маркетинговых инструментов развития отношений с клиентами. Обсуждение: в статье выделены основные финансовые инновации, активно развивающиеся за последние несколько лет на банковском рынке, проведен анализ влияния данных инноваций на эффективность деятельности коммерческих банков. В статье проведен анализ научной литературы по вопросам развития и внедрения финансовых инноваций в коммерческие банки, определена необходимость их дальнейшего развития, что позволит банкам не только сохранять конкурентоспособность, но и привлекать новых клиентов, уменьшать издержки и повышать эффективность своей деятельности. Результаты: на основе исследования теоретических подходов к пониманию сущности инноваций в банковской сфере предложены принципы, которым должны отвечать финансовые инновации в коммерческом банке, такие как: принцип системности, принцип логической последовательности, принцип инновационности, принцип экономической целесообразности. Кроме того, определены основные пути и проблемы развития финансовых инноваций на рынке банковских услуг.

Purpose: to consider financial innovation as one of the marketing tools for developing relationships with clients. Discussion: the article highlights the main financial innovations that have been actively developing over the past few years in the banking market, and analyzes the impact of these innovations on the efficiency of commercial banks. The article analyzes the scientific literature on the development and implementation of financial innovations in commercial banks, determines the need for their further development, which will allow banks not only to remain competitive, but also to attract new clients, reduce costs and increase the efficiency of their activities. Results: based on a study of theoretical approaches to understanding the essence of innovation in the banking sector, principles that must be met by financial innovation in a commercial bank are proposed, such as: the principle of consistency, the principle of logical consistency, the principle of innovation, the principle of economic feasibility. In addition, the main ways and problems of developing financial innovations in the banking services market are identified.

Электронный адрес: bykanovanat@gmail.com, melnikova_n@bsu.edu.ru, abduzhalilova.f@mail.ru

Введение

Основы инновационной деятельности в банковской сфере исследовались такими зарубежными и отечественными учеными как: Т. Бедер, Дж. Бирдж, М. Блосс, Дж. Финнерти, М. Танигучи, П. Туфано, А. Аюпов, З. Воробьева и др. Ряд ученых определяют финансовую инновацию как внедрение новых финансовых технологий, автоматизацию и информатизацию финансовых процессов, создание новых методик осуществления финансовых операций. Зиновьева Н.М., Юрина Е.В. [8] определяют финансовую инновацию как новые инструменты и технологии. Как считает Жеребко О.О. и Ягупова Е.А., «эффективность работы банка и его конкурентоспособность на рынке в большей степени зависят от внедрения новых продуктов и технологий, представляющих собой инновации банка» [7]. При этом ученые отмечают, что степень новизны финансовой инновации в банке проявляется в спросе на нее в процессе ее реализации на рынке. По мнению авторов исследования, достаточно справедлива точка зрения, изложенная в труде «Состояние и перспективы внедрения инновационных банковских услуг в современный банковский сектор России» [3], согласно которой логически первыми являются технологические инновации, которые порождают продуктовые, ведь создание новых банковских продуктов и услуг невозможно без совершенствования технологии их обслуживания. Некоторые ученые, в частности, Х.-У. Дерог считают, что «эффективность и надежность современного банка, прежде всего, зависят от инноваций процессного типа, которые по уровню сложности и понятности значительно выше продуктовых и технологических инноваций» [6]. Соглашаясь с мнением Ивановой О.В., можно сказать, что «финансовые инновации банковских продуктов являются индикатором эффективности отношений между банком и его клиентами, а процессные инновации являются катализатором качественных изменений в этих отношениях» [9]. Подобной точки зрения придерживается Просалова В.С., утверждающая, что «в сфере банковского дела инновации традиционно рассматриваются как новые процессы и модели, используемые кредитно-финансовыми институтами для повышения качества управления персоналом и улучшения позиций на рынке банковских услуг» [10]. Горловой Д.Н. и Мазий В.В. отмечают, что «в условиях глобализации телекоммуникационных средств и развития сетевых форм организации банковского бизнеса роль организационных инноваций как ключевого фактора успеха значительно возросла» [5]. Бабенко К.М. и Шверева Е.А. делают «акцент на важности разработки проектов внедрения организационных инноваций во избежание возможных рисков в деятельности банка» [1]. По мнению Балдина К.В. «имплементация организационно-управленческих инноваций может иметь долгосрочные последствия для деятельности банка, а, следовательно, предполагает тщательный анализ эффективности таких инноваций для принятия взвешенного управленческого решения» [2]. Обобщая взгляды ученых, можно утверждать, что деятельность в сфере финансовых инноваций в коммерческом банке должна отвечать следующим принципам:

- принцип системности – внедрение финансовой инновации в банковскую практику должно быть направлено на достижение совокупности задач финансового менеджмента (обеспечение ликвидности, минимизация рисков, повышение доходности, наращивание финансовой устойчивости и т.п.);
- принцип логической последовательности (разработанная заблаговременно процедура конструирования и реализации денежных инноваций в банке будет способствовать экономии временных, денежных и человеческих издержек);

– принцип инновационности (финансовые инновации, являющиеся средствами финансового инжиниринга, должны соответствовать критериям инновационности и воплощать в себе самые существенные достижения в отечественном и зарубежном опыте);

– принцип экономической целесообразности (выбор финансовой инновации должен быть тщательно обоснован с точки зрения экономической эффективности и влияния на разные аспекты деятельности банка).

Следовательно, использование финансовых инноваций для банковских учреждений предполагает возможность выбора оптимального вида инновации для обеспечения изменений в его деятельности в рамках выбранной стратегии.

Методы

Для достижения поставленных целей в работе использованы следующие методы научного исследования: теоретическое обобщение – для обоснования основных концептуальных положений понятия «инноваций»; анализ и синтез – для выделения основных составляющих финансовой инновации; ранжирование – для формирования перечня инноваций и коммерческих банков с целью оценки их развития и использования; метод «полной связи» – для разделения совокупности банков по уровню инновационности; графический метод – для наглядности эмпирических данных и схематического изображения основных положений работы.

Результаты

Современные темпы экономического развития требуют постоянного совершенствования банковской системы. Этому процессу способствует внедрение инноваций, которые оказывают положительное влияние не только на деятельность конкретного банка, внедряющего инновации, но и на деятельность мировой банковской системы в целом. Под финансовыми инновациями понимают конечный результат инновационной деятельности банка, осуществляемой в виде нового или улучшенного банковского продукта и услуги [11]. Как правило, инновации в банковском секторе представляют собой не создание новых банковских продуктов, а модернизацию уже существующих продуктов, сервисов и услуг. Выделяют множество причин, по которым банки внедряют инновации. Основными из них являются:

- повышение конкурентоспособности коммерческого банка;
- упрочнение взаимоотношений с клиентами;
- повышение финансовой устойчивости банка, снижение влияния кризисных ситуаций на его деятельность.

В России на данный момент происходит четвертый этап развития инновационной банковской деятельности, начавшийся в 2008 году [8]. Его основной чертой можно считать значительную степень цифровизации банковских услуг и технологий. Так, множество технологий, появившихся в этот период, глубоко проникли в жизнь россиян. Примером могут стать мгновенный выпуск пластиковой карты в банке, оплата товаров, услуг с помощью приложений и QR-кодов и др. Наибольшее распространение в России получили банковские технологии, связанные с бесконтактной оплатой. Спрос на новые средства для бесконтактной оплаты значительно вырос во время пандемии COVID-19, а также ввиду санкций, введенных для РФ в 2022 году. Так, на данный момент популярность в России набирает система быстрых платежей (СБП), появившаяся в начале 2019 года. Эта технология предоставляет возможность перевести средства физическим лицам по номеру телефона или по QR-коду без комиссии независимо от банка получателя. На данный момент к ней подключены 206 банков по всей стране. Рассмотрим динамику объемов переводов по системе быстрых платежей в 2019-2023 гг. (рис. 1).

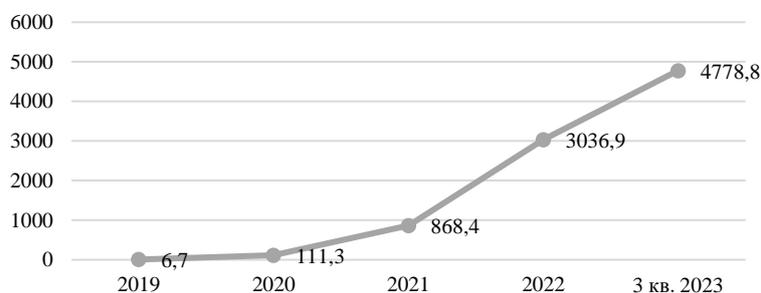


Рис. 1. Динамика количества переводов денежных средств с использованием СБП, млн ед. [14]

Из рис. 1 можно увидеть, что стремительный рост объемов платежей наблюдался в 2021 году. Это может быть связано с распространившимся на тот момент по территории страны Covid-19 и введенным вследствие этого локдауном. На тот момент переводы через онлайн-сервисы стали наиболее востребованными на территории всей страны, что вызвало значительный рост количества операций, проведенных на их основе.

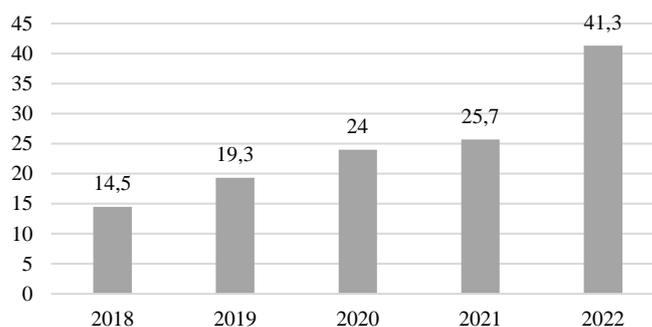


Рис. 2. Доля платежей, совершенных платежными картами «Мир» в объеме операций, % [13]

Схожая динамика наблюдается и в выпуске пластиковых карт платежной системы «Мир», созданной в 2015 году. Наибольшую долю на рынке они заняли в 2022 году после введения санкций на платежные системы Visa и Mastercard (рис. 2). Одной из банковских инноваций, связанной с бесконтактными платежами, является выпуск стикеров для оплаты товаров и услуг. Платежный стикер представляет собой NFC метку, как на пластиковой карте, позволяющую оплачивать покупки касанием терминала. Впервые данную инновацию на российский рынок ввел Альфа-банк, сейчас платежные стикеры выпускают такие крупные банки, как Сбер, Тинькофф банк, ВТБ, Газпромбанк и другие. За первый квартал 2023 г. за счет выпуска стикеров банкам удалось привлечь более 400 млн р., что делает этот инструмент крайне востребованным для коммерческих банков.

Обсуждение

Говоря о коммерческих банках, необходимо рассмотреть рейтинг банков по инновационности, сформированном компании Dsight [12]. Данный рейтинг составлен на основе 19 критериев с учетом рекомендаций участников финансового рынка и степени внедрения данных инноваций в деятельности банков.

Таблица 1

Динамика инновационности банков в 2020-2023 гг. [12]

| Место в рейтинге | 2020 год | | 2021 год | | 2022 год | | 2023 год |
|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------------|-------------|
| | 1 пол. | 2 пол. | 1 пол. | 2 пол. | 1 пол. | 2 пол. | 1 пол. |
| 1 | Тинькофф | ВТБ | Сбер | ВТБ | ВТБ | ВТБ | Сбер |
| 2 | ВТБ | Сбер | ВТБ | Сбер | Сбер | Сбер | ВТБ |
| 3 | Сбер | Тинькофф | Тинькофф | Тинькофф | Газпромбанк | Газпромбанк | МТС Банк |
| 4 | Райффайзенбанк | Райффайзенбанк | АК Барс | Газпромбанк | Тинькофф | РСХБ | РСХБ |
| 5 | Альфа-банк | Открытие | Совкомбанк | АК Барс | АК Барс | Альфа-банк | Тинькофф |
| 6 | Совкомбанк | АК Барс | Райффайзенбанк | Совкомбанк | Альфа-банк | Тинькофф | Альфа-банк |
| 7 | Открытие | Альфа-банк | Газпромбанк | Райффайзенбанк | Совкомбанк | АК Барс | Газпромбанк |
| 8 | Хоум кредит | Уралсиб | Альфа-банк | Альфа-банк | Открытие | МТС Банк | Уралсиб |
| 9 | АК Барс | Хоум кредит | Открытие | РСХБ | МТС Банк | Совкомбанк | Росбанк |
| 10 | УБРиР | Совкомбанк | РСХБ | Открытие | Уралсиб | Уралсиб | Совкомбанк |

По данным табл. 1 видно, что наиболее инновационными банками за последние 4 года являлись Сбер, ВТБ и Тинькофф. В 2023 году Сбер был признан лидером благодаря активной поддержке молодежных проектов, развитию платформ для стартапов и акселератора для школьников. Банк активно развивает новые способы оплаты: оплата с помощью биометрии, с использованием лица и голоса. Рассмотрим несколько эффективны инновации, внедренные банками-лидерами в сфере платежей за последние несколько лет (табл. 2).

Таблица 2

Показатели эффективности инноваций в сфере транзакций коммерческих банков [11]

| Наименование банка | Внедренные инновации | Особенности инновации | Показатели эффективности |
|--------------------|---|---|---|
| Сбер | Система «Сбербизнес» и приложение «СберБизнес онлайн» | Данная система предоставляет все необходимые инструменты для ведения бизнеса: – создание бизнеса и открытие счетов онлайн; – ведение бухгалтерской и налоговой отчетности; – работа с валютными и иными операциями | На 2022 год у интернет-банка и приложения примерно равное количество клиентов, около 550 тыс. |
| ВТБ | Использование блокчейн-платформ для проведения онлайн-платежей и банковских гарантий | Данные платформы позволяют выдавать электронные гарантии и совершать безопасные сделки в онлайн-формате | Это позволяет сокращать затраты при взаимодействии с клиентами, время на проведение операций и снижения рисков, связанных с кибербезопасностью |
| Тинькофф | Создание платежных стикеров (первый выпуск был произведен Альфа-банков) | Данный вид оплаты заменяет ушедшие с рынка Apple pay и google pay, стикер представляет собой небольшую наклейку с NFC-чипом, аналогичным тому, который находится в пластиковой карте. | За первый месяц было выдано более 60 тыс. стикеров и проведены более 600 тыс. транзакций. На данный момент продано более 500 тыс. стикеров. |
| Газпромбанк | Онлайн-сопровождение контрактов, «интерактивная отчетность», личный кабинет участника ВЭД | Данные сервисы позволяют узнавать информацию о проводимых сделках, этапах выполнения отчетности, таможенных декларациях и т.д. | Преимуществами внедренных сервисов является экономия времени, минимизация рисков при совершении операций, что ведет к повышению эффективности бизнеса |

На основе данных табл. 2, можно выделить основные тренды на банковском рынке в сфере инноваций:

- упрощение платежных систем – значительный акцент делается на создание новых средств платежа и совершенствование уже существующих (платежные стикеры, мобильные приложения и т.д.);
- широкое внедрение искусственного интеллекта – технологии искусственного интеллекта и нейросетей все чаще используются в банковской деятельности, на их основе многие банки внедрили в свои приложения чат-ботов для круглосуточного консультирования клиентов;
- повышение безопасности данных – с целью защиты персональных данных клиентов банки развивают защиту их данных с помощью блокчейн-систем и биометрических данных;

– развитие экосистем банков – каждый банк стремится создать свою экосистему, включающую в себя все услуги, которые могут быть необходимы клиенту;

– использование технологии блокчейна – с помощью данной технологии банки создают системы банковских переводов с уменьшенными издержками (как правило, временными) на их проведение.

Однако финансовые технологии развиваются не только в коммерческих, но и Банке России. Так, на данный момент одной из наиболее интересных финансовых технологий в России является цифровой рубль. Согласно определению, на сайте Банка России, цифровой рубль представляет собой цифровую форму российской национальной валюты, которую Банк России планирует выпускать в дополнение к существующим формам денег [15]. Он обладает рядом преимуществ как для государства, так и для его граждан (табл. 3).

Таблица 3

Преимущества цифрового рубля [15]

| Для физических и юридических лиц | Для финансового рынка | Для государства |
|--|--|--|
| Доступ к счету через любой банк | Снижение уровня монополизации рынка | Снижение расходов на обслуживание платежных операций |
| Единый тариф на все операции с цифровым рублем | Создание новой финансовой инфраструктуры | Упрощение проведения трансграничных платежей |
| Возможность использования в офлайне | Создание новых инновационных продуктов | – |
| Повышенная безопасность кошелька | – | – |
| Ускорение темпов цифровизации и повышении инновационности банковских продуктов | – | – |
| Упрочнение отношений между банком и клиентом | – | – |

Цифровой рубль является третьей формой рубля, которая будет храниться на цифровых кошельках Банка России. Целью создания данного инструмента является новое средство платежа, не имеющее банковских ограничений, но предоставляющее возможность гражданам оплачивать товары и услуги без подключения к интернету. На данный момент проект цифрового рубля находится на этапе пилотирования, который проходит в 12 банках, также к нему планируют присоединиться еще 17 банков. Масштабирование проекта планируется после прохождения пилотного этапа с учетом обратной связи от банков-участников. Несмотря на значительные положительные эффекты от внедрения инноваций, этот процесс имеет и значительное количество проблем, которые можно разделить на несколько групп.

1. Финансовые проблемы – к ним можно отнести отсутствие достаточных средств для приобретения ресурсов для создания инновационных продуктов.

2. Технические проблемы (например, недостаточная мощность серверов, обслуживающих инновационные площадки).

3. Проблемы сетевой безопасности и конфиденциальности данных клиентов данная проблема связана с недостаточно развитым законодательством РФ в сфере цифровой безопасности.

4. Проблемы с клиентами банков – могут быть связаны с неготовностью клиентов банков перейти от личного общения с сотрудниками банка к цифровому взаимодействию с искусственным интеллектом.

5. Правовые проблемы – недостаточная нормативная база, связанная с обеспечением соблюдения прав клиентов банка, что в значительной степени тормозит внедрение банковских инноваций.

6. Низкий кадровый потенциал – на данный момент наблюдается нехватка сотрудников банков, имеющих достаточную квалификацию для создания и работы с инновационными продуктами.

7. Маркетинговая составляющая – банки, работающие только с цифровыми технологиями, не имеют таких возможностей привлечения клиентов, как традиционные банки с филиальной сетью, маркетинг является основной статьей расходов, составляющей от 25% до 35% от общих операционных расходов. Это справедливо даже для банков, которые создают инновационные цифровые стартапы, поскольку новые организации должны четко отличать свой бренд и ценностное предложение от основных финансовых операций, если они хотят быть успешными. Банки, ориентированные только на цифровые инновации, скорее всего, будут ориентироваться на более молодых клиентов, более разбирающихся в цифровых технологиях, чем действующие банки.

Заключение

Таким образом, финансовые инновации благоприятно влияют на эффективность коммерческого банка и его маркетинговую составляющую. За их счет банки становятся более конкурентоспособными, привлекают большее количество клиентов и снижают свои издержки. Определенные векторы развития финансовых инноваций в дальнейшем будут способствовать оптимизации процесса принятия управленческих решений по выбору инноваций, а также способствовать совершенствованию отношений с клиентами и увеличению их количества. Запуск нового финансового продукта позволяет банкам быстро стимулировать спрос и удовлетворять новейшие потребности клиентов. Сочетание использования интеллектуальных технологических решений и учета важнейших факторов успеха может помочь банкам повысить свой авторитет и финансовую устойчивость.

Литература

1. Бабенко К.М., ШEVEREVA E.A. Финансовые инновации банковского сектора // Российский экономический интернет-журнал, 2024. – № 1.
2. Балдин К.В. Инновации: учебное пособие. – М.: Дашков и К°, 2019 – 776 с.
3. Безгачева О.Л., Цыплакова Е.Г., Янкевич Ю.Г., Черяпина А.В., Пурина Н.М. Состояние и перспективы внедрения инновационных банковских услуг в современный банковский сектор России / О.Л. Безгачева, Е.Г., Цыплакова, Ю.Г. Янкевич А.В. Черяпина и др. // Инновации и инвестиции, 2022. – № 10. – С. 115-121.
4. Волкова С.С., Мельникова Н.С. Современные тенденции развития системы быстрых платежей // Вектор экономики, 2023. – № 4.
5. Горловой Д.Н., Мазий В.В. Банковские инновации: перспективы и проблемы внедрения // Вестник Евразийской науки, 2020. – №1.
6. Дериг Х.-У. Универсальный банк – банк будущего. Финансовая стратегия на рубеже веков / Х.-У. Дериг; пер. с нем. – М.: Международные отношения, 2001. – 384 с.

7. Жеребко О.О., Ягупова Е.А. Современные тенденции развития банковских инноваций / О.О. Жеребко, Е.А. Ягупова // Science Time, 2021. – № 5. – С. 120-126.
8. Зиновьева Н.М., Юрина Е.В. Банковские инновации в России на современном этапе развития / Н.М. Зиновьева, Е.В. Юрина // Территория науки, 2016. – № 3. – С. 76-80.
9. Иванова О.В. Банковские инновации и направления их развития в РФ: диссертация... кандидата экономических наук: 08.00.10 / Иванова О.В.; Краснодар: Кубан. гос. ун-т., 2011. – 224 с.
10. Просалова В.С. Понятие банковских инноваций и их классификация // Науковедение, 2013. – № 1.
11. Тарханова Е.А. Современное банковское дело: учебное пособие / Е.А. Тарханова; Тюменский государственный университет. – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2013. – 280 с.
12. Официальный сайт Sk Fintech hub // Skolkovo Fintech hub [Электронный ресурс]. URL: <https://fintech.sk.ru>.
13. Развитие системы платежей и расчетов // Банк России [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/about_br/publ/results_work/2022/razvitie-sistemy-platezhey-i-raschetov/.
14. Статистика национальной платежной системы // Банк России [Электронный ресурс]. URL: <https://cbr.ru/statistics/nps/psrf/>.
15. Цифровой рубль // Банк России [Электронный ресурс]. URL: <https://cbr.ru/fintech/dr/>.
16. Ehigie B.O. Correlates of Customer Loyalty to Their Bank: A Case Study in Nigeria // International Journal of Bank Marketing, 2006. – V. 24. – № 7. – P. 494-508.
17. Karatepe O.M. Service quality, customer satisfaction and loyalty: the moderating role of gender // Journal of Business Economics and Management, 2011. – № 12. – P. 278-300.

УДК 332.1

А.Н. Гомбоева, О.И. Одоева, Д.Ю. Бурлов

**ЭКОЛОГИЗАЦИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА
В СВЕТЕ КОНЦЕПЦИИ ESG**

A.N. Gomboeva, O.I. Odoeva, D.Y. Burlov

**GREENING THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX
IN THE LIGHT OF THE ESG CONCEPT**

Ключевые слова: устойчивое развитие, принципы, агропромышленный комплекс, экологическая ответственность, ESG-система, зеленая экономика, изменение климата, государственное регулирование.

Keywords: sustainable development, principles, agro-industrial complex, environmental responsibility, ESG system, green economy, climate change, government regulation.

Цель: рассмотреть принципы концепции устойчивого развития, выделить основные преимущества данной концепции. Обсуждение: агропромышленные организации нуждаются в преобразовании текущих задач в контексте реализации принципов ESG и устойчивого развития. В современном мире концепция устойчивого развития является весьма актуальным и важным компонентом экономики. Методологические исследования основаны на общенаучных методах познания. В статье проанализированы инициативы государства, направленные на развитие целей «зеленой экономики», и то, как стандарты управления – ESG концепции повлияли на экологизацию в агропромышленном комплексе. Определено, что повышение экологической ответственности требует использования новейших информационных технологий, мониторинга показателей эффективности внедрения ресурсосберегающих технологий. Результаты: сформулированы предложения по мотивации формирования экологически ориентированного агропромышленного комплекса. Изучая три компонента системы ESG – экологический, социальный и экономический, следует отметить рост экологической составляющей. Проблемам истощения природных ресурсов уделяется значительное внимание в экономике любой страны. Важность экологической ответственности возникает не только на государственном уровне, но и на уровне экономических субъектов. Основным направлением экологизации АПК является использование малоотходного производства. Утилизация отходов растениеводства и животноводства также выгодна с экономической и экологической точек зрения. Использование перерабатывающего оборудования для отходов позволяет получать недорогую энергию, приводит к удешевлению закупки удобрений, к очистке сточных вод.

Purpose: to consider the principles of the concept of sustainable development, to highlight the main advantages of this concept. Discussion: Agro-industrial organizations need to transform their current missions in the context of implementing ESG and sustainable development principles. In the modern world, the concept of sustainable development is a very relevant and important component of the economy. Methodological research is based on general scientific methods of cognition. The article analyzes government initiatives aimed at developing the goals of the “green economy”, and how management standards - ESG concepts have influenced greening in the agricultural sector. It has been determined that increasing environmental responsibility requires the use of the latest information technologies and monitoring of performance indicators for the implementation of resource-saving technologies. Results: proposals were formulated to motivate the formation of an environmentally oriented agro-industrial complex. When examining the three components of the ESG system – environmental, social and economic – it is worth noting the growth of the environmental component. The problems of natural resource depletion receive significant attention in the economy of any country. The importance of environmental responsibility arises not only at the state level, but also at the level of economic entities. The main direction of greening the agro-industrial complex is the use of low-waste production. Disposal of crop and livestock waste is also beneficial from an economic and environmental point of view. The use of waste processing equipment makes it possible to obtain inexpensive energy, leads to cheaper purchases of fertilizers, and wastewater treatment.

Электронный адрес: allanicol@yandex.ru, bahaevao@mail.ru, budim2022@yandex.ru

Введение

В связи с истощением природных ресурсов и ухудшением состояния окружающей среды в современных условиях экономического развития обострились экологические проблемы. Это послужило толчком к развитию «зеленой экономики», и концепция устойчивого развития (ESG-концепция) становится все более популярной для благополучия будущих поколений. Эта концепция ориентирована на развитие, удовлетворение потребностей человека при сохранении окружающей среды и ресурсов без ущерба. В последние годы термин ESG становится все более популярным как в бизнесе, так и в медиа пространстве. Как известно, впервые термин был предложен Кофи Аннаном (бывший Генеральный секретарь ООН) в 2004 году, который предложил транснациональным корпорациям придерживаться системы таких принципов в целях борьбы с глобальным изменением климата. Принципы экологической, социальной, управленческой ответственности становятся важным дифференцирующим фактором для отдельных субъектов экономики в условиях высококонкурентной российской среды [4]. Цели устойчивого развития, которые были сформулированы и приняты ООН, ознаменовали новую эру не только социально-экономического, но экологического развития государств, участвующих в реализации задач устойчивого развития.

Методы

Теоретические исследования основаны на анализе существующих нормативных документов, изучении научных работ и публикаций, затрагивающих проблемы экологической ответственности хозяйствующих субъектов, как одного из аспектов концепции устойчивого развития. Методологические исследования основаны на общенаучных методах познания. Анализ, научный подход и обобщение позволили сформулировать ряд предложений по повышению экологической ответственности и использованию ресурсосберегающих технологий.

Результаты

Сегодня в мире наблюдается повышение уровня потребления человеком природных ресурсов, в то же время активно развиваются концепции ответственного к ним отношения и внимания к экологическим рискам, создавшие отдельные направления зеленой экономики. За последние десятилетия возрос резко интерес к проблемам устойчивого развития. Был принят ряд документов, регулирующих отдельные сферы данного направления, в том числе Стратегия экологической

безопасности России до 2025 года [3]. Термин «устойчивое развитие» был введен в Германии, и это было связано с проблемой истощения лесных запасов из-за их вырубki. Научные исследования разработали три подхода к понятию устойчивого развития: общеметодологический, процессный, экосистемный [1]. Общими элементами является развитие, природные ресурсы, обеспечение потребностей людей. В настоящее время концепция устойчивого развития основана на подходе, суть которого заключается в объединении возможностей трех ресурсных компонентов: экономического, экологического и социального, и преодолении основных климатических и демографических рисков. Для лучшего понимания концепции устойчивого развития нам следует проанализировать ее основную идею, которая означает «решение экономических и социальных задач без чрезмерного воздействия человека на окружающую среду». Концепция устойчивого развития основана на факторах ESG. ESG – это аббревиатура от «Окружающая среда», «Социальная сфера» и «Управление», поэтому ключевыми моментами являются экологические, социальные, экономические аспекты (рисунок).

Е или экологические критерии относятся к воздействию организации на окружающую природу. Этот принцип включает в себя борьбу с изменением климата; сохранение природных ресурсов; сокращение загрязнения и выбросов; создание новых технологий для сохранения окружающей среды. Критерий экологичности (E, environmental), соотносится с такими Целями устойчивого развития (ЦУР), касаемой чистой воды, энергии и санитарии (№ 6, 7), ответственного потребления и производства (№ 12), изменения климата (№ 13), сохранения экосистем моря и суши (№ 14, 15), качественного образования (№4).

S или социальные критерии касаются взаимоотношений между организацией и ее заинтересованными сторонами. Социальная составляющая концепции включает в себя ответственность за сохранение человеческого капитала, поддержание благоприятные отношения с заинтересованными сторонами определяют необходимость социальной доступности медицинских услуг и сбалансированного питания для сотрудников. Критерий социальный (S, social) можно сопоставить с ликвидацией нищеты, голода (№ 1, 2), здоровьем и благополучием (№ 3), сокращением неравенства, обеспечением мира и правосудия (№ 5, 10, 16) ЦУР.

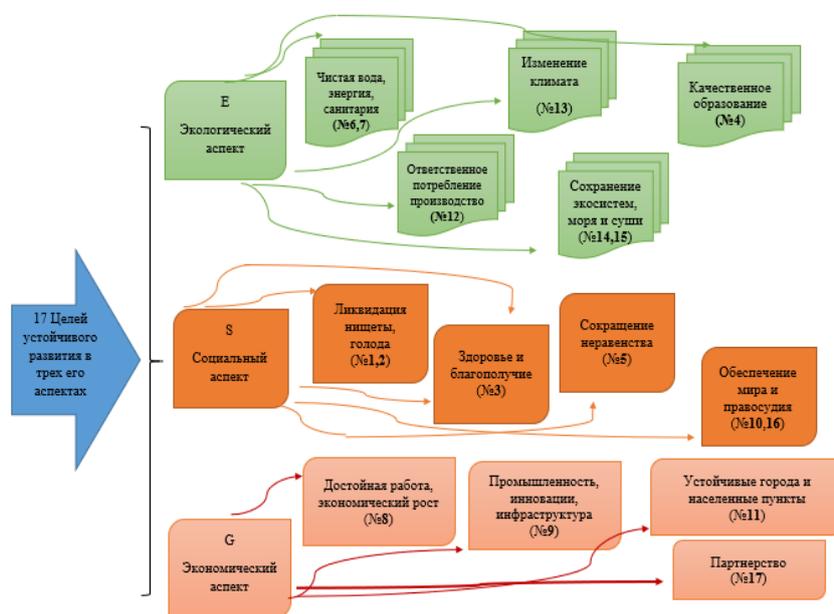


Рисунок Цели устойчивого развития

G или Критерий управления – это система внутренних процедур, средств контроля, практик, используемых организациями. Это помогает высшему руководству принимать правильные решения, следовать законодательству и удовлетворять требованиям внешних заинтересованных сторон. Управление или качество корпоративного управления подразумевает прозрачность отчетности, установление достойной заработной платы, здоровую обстановку в офисах, антикоррупционные меры, контроль за корпоративным поведением и деловой этикой. Критерий ответственного управления (G, governance), причем управления как государственными структурами, так и частными компаниями и учреждениями, характеризует такие цели: достойная работа и экономический рост (№ 8), промышленность, инновации, инфраструктура (№ 9), устойчивые города и населенные пункты (№ 11), партнерство в интересах устойчивого развития (№ 17). Объединенные вместе, все критерии формируют повестку дня ESG, которой должны следовать организации, отрасли, страны, регионы и т.д. ESG была сформирована только в 2010-х годах, но само явление имеет довольно долгую историю. На протяжении своей истории человечество всегда сталкивалось с различными вызовами, поэтому люди всегда старались сделать окружающее общество и мир лучшим местом для жизни для себя и будущих поколений. Во второй половине 20-го века, благодаря драматическому развитию всех видов тяжелая и даже легкая промышленность, экологи начали замечать, что человечество оказывало огромное вредное воздействие на окружающую среду и в мирные периоды (после Второй мировой войны, до и после Карибского бассейна Кризис и т.д.) Исследователи по всему миру размышляли над концепцией, которая объединила бы все страны в их стремлении спасти планету для следующих поколений. И в 1980-х годах в США был создан первый прародитель концепции ESG. Она называлась EHS (Охрана окружающей среды, здоровья и безопасности). EHS первая идея о критериях E нынешней ESG, поэтому организации в США начали думать, как уменьшить загрязнение окружающей среды и другие негативные последствия, которые были результатом экономического роста страны. Эти организации также уделили свое внимание улучшению условий труда сотрудников и стандартов безопасности, но все еще предстояло проделать большую работу [16,17]. Позже, в 1990-х годах, ESG была преобразована в так называемую концепцию корпоративной устойчивости. В соответствии с этой концепцией управленческие команды компаний хотели бы сосредоточиться на экологических

проблемах и бороться с негативными влиянием, которое компании оказывали на окружающую среду. К сожалению, эта «экологически чистая» программа была использована многими компаниями для того, чтобы преувеличить или даже неверно представить свои реальные усилия по снижению вредного воздействия на окружающую среду. Теперь это известно как «зеленая промывка». Впервые принципы инициативы ESG были озвучены в докладе «Инвестиции для долгосрочной перспективы» на конференции, проводимой ООН в Швейцарии в 2005 году. Новые инициативы нашли поддержку среди финансовых институтов стран, мировых лидеров. В дальнейшем экологическая, социальная и управленческая инициативы сформировали концепцию ESG. Разработанные в 2006 году принципы ответственного инвестирования ООН и принятая в 2015 году «Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» послужили дальнейшему развитию и распространению концепции ESG, как инструменту, направленному на достижение семнадцати Целей устойчивого развития (ЦУР ООН), связанных с оптимальным использованием ограниченных ресурсов и сохранением природных, социальных и культурных систем.

Для того чтобы оценить степень внедрения ESG в России, необходимо определить, какие инициативы были предприняты в нашей стране в период перехода к устойчивому экономическому, экологическому и социальному развитию. Если рассматривать порядок произведенных, нашей страной, действий в направлении трансформации в зеленую экономику, то можно начать с того, что в 2016 года вступило в силу Парижское соглашение по климату, которое ориентирует предприятия на сокращение выбросов парниковых газов. В декабре 2018 г. произошло размещение первого в России выпуска зеленых облигаций компании «Ресурсосбережение ХМАО». Последующие 2019-2020 гг. были богаты на значимые события в направлении к устойчивому развитию. В 2019 году Россия ратифицировала это соглашение вместе с другими 188 странами-участниками. Страна приняла на себя особые обязательства и подтвердила свою приверженность на выполнение стратегических задач по формированию новой модели экономического роста с учетом «зеленых принципов» развития, что привело к разработке национального набора показателей ЦУР до 2030 года: национальный проект «Экология» (2019 год); Указ Президента РФ № 666 «О сокращении выбросов парниковых газов» (2020 год); Федеральный закон «Об ограничении выбросов парниковых газов» №296-ФЗ (2021 год); Стратегия социально-экономического развития России с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года (2021 год). Как полноправный член ООН Российская Федерация исходя из необходимости обеспечения экономического развития на устойчивой основе приняла международные обязательства по сокращению выбросов парниковых газов до 70 процентов относительно уровня 1990 года с учетом максимально возможной поглощающей способности лесов и иных экосистем и при условии устойчивого и сбалансированного социально-экономического развития РФ. Также в 2019 году Российский союз промышленников и предпринимателей совместно с Московской фондовой биржей объявили о начале расчета двух новых ежедневных индексов: «Индекс Мосбиржи – РСПП. Ответственность и открытость» и «Индекс Мосбиржи – РСПП. Вектор устойчивого развития». Расчет планировалось произвести на основе анализа крупнейших российских организаций в области ESG. Последние базы расчета Индексов действуют с 21 апреля 2023 г. В том же году ПАО КБ «Центр-инвест» разместило первые биржевые банковские «зеленые» облигации в Российской Федерации. В августе 2019 г. Московская фондовая биржа создала специальную платформу, предназначенную для финансирования проектов по охране окружающей среды, экологии и социальному развитию – это «сектор устойчивого развития». В 2020 году Правительство Российской Федерации и Банк России предложили назначить Министерство экономического развития России ответственным за орган, координирующий инвестиционную деятельность и привлекающий внебюджетные средства для финансирования проектов устойчивого развития. Таким образом, на государственном уровне в течение ряда лет в Российской Федерации не только признавалась необходимость многоаспектной деятельности в области устойчивого развития, но и утверждалось, что в управлении устойчивым развитием организации должна основываться на принципах, соответствующих ее ценностным ориентациям. В Российской Федерации в последние годы все быстрее развиваются процессы «экологизации» экономики и внедрения норм корпоративной социальной ответственности, активно внедряются новые природосберегающие механизмы, разрабатываются меры по повышению привлекательности бизнеса в области экологической безопасности.

В 2022-2023 гг., в условиях жесткого санкционного внешнего воздействия на все сферы общества и экономики, помимо рисков, обнаружили новые возможности устойчивого развития в результате переориентации поставок на другие рынки, высокой адаптации бизнеса к новым условиям. Вместе с тем вызывает обеспокоенность по поводу реализации ESG-стратегии, т.к. Российская Федерация исключена из глобальной повестки дня в области технологического, социокультурного и устойчивого развития и отечественные компании практически утратили стимулы для развития ESG-повестки, поскольку отрезаны от западных финансовых рынков и не могут в полной мере использовать экологический фактор как конкурентное преимущество в привлечении средств зарубежных инвесторов. Единственный мотив соблюдения российским бизнесом экологических норм – отечественное природоохранное законодательство и штрафы за его нарушение [1]. Несмотря на наличие большого количества законодательных документов в Российской Федерации, наблюдается некоторая несогласованность между целеполаганиями и финансированием национальных проектов и государственных программ, отсутствует единая и последовательная государственная политика в сфере экологии. Также в нашей стране практически отсутствует система поддержки и поощрений компаний за инициативу в экологической сфере. Компании не получают субсидий или иной помощи за экологическую инициативу [1]. ESG-подход становится ключевым принципом деятельности во всех сферах экономики, особо осязаемый прорыв наблюдается в финансовом секторе экономики за счет увеличения выпуска «зеленых» облигаций. В число компаний, разделяющих принципы ESG, стал включаться и средний бизнес, который желает реализовывать собственную повестку устойчивого развития [6].

Предприятия сельского хозяйства не могут не следовать новым формирующимся правилам экологической и экономической устойчивости развития. Трансформация ESG активно внедряется в агропромышленном секторе. В Российской Федерации процесс интеграции ESG-критериев в агропромышленный комплекс сопряжен с локальными особенностями, масштабностью страны, актуальными проблемами регионов России. В агропромышленном комплексе ЦУР пока не так широко используются, но тем не менее глобальный процесс постепенно перетекает и оказывает существенное влияние на развитие экономики страны. Сельское хозяйство является одним из источников парниковых газов, на долю которых приходится до 12% выбросов, хотя и обладает высоким потенциалом смягчения последствий. Существуют доказательства, что изменение климата снижает качество и устойчивость сельскохозяйственного производства [14]. Не только последствия изменения климата создают значимые трудности для сельского хозяйства, влияние оказывают также деградация почв, загрязнение воды, сокращение численности насекомых-опылителей. Изменение климата отражается на продукции растениеводства, увеличение температуры приводит к снижению урожайности в южных регионах страны, кроме того,

увеличение температуры приводит к росту дополнительных затрат на содержание животных [2]. Решение таких проблем невозможно без вмешательства государства, во взаимодействии с сельским сообществом и сельскохозяйственными товаропроизводителями. Наряду с адаптацией к изменениям климата национальными интересами на современном этапе являются охрана окружающей среды, сохранение природных ресурсов и рациональное природопользование [8].

В Постановлении Правительства РФ от 21.09.2021 г. № 1587 «Об утверждении критериев устойчивого (в том числе зеленого) развития в Российской Федерации и требований к системе верификации инструментов финансирования устойчивого развития представлены таксономия зеленых проектов и таксономия адаптационных проектов. В сельском хозяйстве выделено восемь критериев зеленых проектов: 1) использование минеральных удобрений, позволяющих повысить эффективность поступающих питательных элементов и сокращение вредных веществ в почве грунтовых вод; 2) модернизация ирригационной инфраструктуры для эффективного орошения сельскохозяйственных земель; 3) модернизация инфраструктуры для использования сточных вод для сельскохозяйственных целей; 4) реализация проектов, основанных на технологиях нулевой обработки сельскохозяйственных земель; 5) реализация проектов, направленных на увеличение сева многолетних бобовых сельскохозяйственных культур с замещением сева иных культур; 6) реализация проектов сельскохозяйственного земледелия на деградированных землях; 7) реализация проектов в животноводстве, основанных на технологиях снижения выделения углекислого газа при пищеварительном процессе крупного рогатого скота; 8) реализация проектов, направленных на снижение загрязняющих веществ диффузного стока с сельскохозяйственных земель. Кроме того прописаны 4 критерия адаптационных проектов: 1) создание и модернизация инфраструктуры хранения и переработки продукции сельского хозяйства; создание и модернизация инфраструктуры складирования и длительного хранения навоза, с целью использования выделяемого углекислого газа в качестве возобновляемого источника энергии; 3) производство и закупка новой сельскохозяйственной техники, реализация проектов, направленных на снижение выбросов парниковых газов; 4) реализация проектов по химической мелиорации кислых и засоленных сельскохозяйственных земель с применением фосфогипса или извести с целью улучшения свойств почвы. Экологизация агропромышленного комплекса является одним из перспективных направлений в современной экономике. В качестве основных мер и механизмов осуществления программ по экологизации выделяют:

- определение более четких границ экологизации, т.е. необходимый уровень использования минеральных удобрений, средств защиты растений и другой продукции промышленного производства для безопасного производства сельскохозяйственной продукции;

- внесение в типовые технологии возделывания сельскохозяйственных культур, содержания скота и птицы изменения и ограничения на использование ресурсов при производстве сельскохозяйственной продукции, для обеспечения безопасного использования пищевой продукции, полученной из сельскохозяйственного сырья;

- введение рекомендательных мер экологического воздействия и нормативного правового обеспечения осуществления мер по экологизации сельскохозяйственного производства;

- актуализация системы мониторинга в рамках действия органов управления агропромышленным комплексом, контрольных органов в сфере сельского хозяйства и пищевых продуктов за состоянием экологической безопасности сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

Проблема внедрения концепции ESG в экономику сельского хозяйства Российской Федерации обусловлена рядом объективных причин, конкретно накопившихся экологических проблем, решение которых должно осуществляться через финансовую деятельность. Технология реализации ESG еще недостаточно развита. Отсутствуют методики, учитывающие влияние экономических и социальных факторов при его практической реализации. В России концепция ESG рассматривается как приоритетное направление природоохранной деятельности и для ее эффективной реализации концепции необходимо знать основные принципы ESG. В реализации концепции ESG предприятия АПК занимают особое место, что обусловлено потребностью в осуществлении эффективного энергоперехода и экономической декарбонизации. Требуется кардинальная перестройка задач, решаемых организациями АПК [5]. Одними из перспективных направлений эколого-ориентированного развития предприятий АПК является применение малоотходных технологий или эффективное использование отходов производства с помощью биогазовых установок. Биогазовая установка – рациональное решение утилизации отходов для регионов с развитым животноводством и растениеводством, позволяет получить новый, более дешевый источник тепло- и электроэнергетики, сократить расходы на покупку удобрений, снизить выбросы метана в атмосферу, разгрузить места свалок, очистить сточные воды. Таким образом, такая биогазовая установка выгодна с экономической и экологической точки зрения. Немаловажным является и бережливое производство. Бережливое производство – концепция управления производственным предприятием, которая основана на постоянном стремлении предприятия к устранению всех видов потерь [10].

Повестка ESG активно развивается, мировое сообщество сфокусировано на экологических ценностях и социальной ответственности. Производители отслеживают, как их действия и продукция влияют на природу и социум. По прогнозам экспертов, новые возможности внедрения принципов ESG могут быть созданы посредством цифровых технологий. Современный бизнес требует платформы, позволяющей с помощью сверхбольшого объема данных (Big Data) находить ответы на вопрос «кто есть кто?» в бизнесе, сопоставлять данные компаний, а также получать автоматизированные рекомендации по дальнейшему развитию производства в соответствии с принципами ESG и экопрактикой [7]. Перестройка рынков в условиях санкций неизбежно меняет фокус с Запада на Восток в стратегии внедрения новых подходов к преобразованию бизнеса в рамках концепции ESG. Уже сегодня ESG-альянс проводит масштабное исследование азиатских рынков и бирж, что может помочь выявить экономические преимущества и формы взаимодействия с новыми партнерами и потребителями. Сегодня этой глобальной тенденции соответствует концепция ESG. Но международное положение, а именно трудности адаптации к санкциям требуют от России последовательной и долговременной работы в этом направлении: формирования новых подходов и программ в бизнесе, образовании, экологии ежедневного потребления, изменения отношения к природе Земли, человека и общества в целях сохранения окружающей среды для потомков. Для обеспечения достижения инвестиций ESG требуются специальные научно-исследовательские институты, с учетом опыта развитых стран и современных технологий [13]. Экологическая ответственность может быть достигнута за счет внешних и внутренних факторов. Шарно О.И. к внешним факторам относит: государственно-правовую политику и стимулирование бизнеса, регулятивную и нормативную практику, зеленое образование и экологическую культуру, международное сотрудничество и взаимодействие, инвестиционно-правовую политику. Внутренними факторами считает: экономико-управленческую составляющую бизнеса, социальные и экологические факторы в их взаимосвязи; экологические стратегии и зеленые технологии [12]. Аналогичные факторы подчеркивает Резванов Р.И., относя к ним отсутствие национальной концепции

устойчивого развития сельского хозяйства, недостаточность государственного регулирования, и соответствующие системы мониторинга [11]. Приводит примеры сложившейся ситуации с эко инвестициями, при этом показатель эко инвестиций в охрану окружающей среды снижается, такая же ситуация складывается в отношении охраны водных ресурсов, и в секторе АПК. Положительным называют увеличение инвестиций в отношении охраны земель [11]. Для определения уровня экологической безопасности в аграрном секторе существуют информационно-аналитические инструменты, позволяющие обеспечивать контроль уровня безопасности. В качестве таких инструментов выделены сбалансированная система показателей, стратегическая карта, SWOT-анализ [15]. Весной 2022 года российские компании были исключены из международных ESG-рейтингов. На сегодняшний день международные экологические стандарты теряют свою актуальность в применении предприятиями на территории Российской Федерации, а концепции устойчивого развития, целей ООН, ESG – носят в основном маркетинговый характер применения и не всегда соответствуют требованиям российского законодательства. Мы считаем, что в 2023 году ESG-повестка не утрачивает своей актуальности. Компании должны интегрировать цели устойчивого развития в свои стратегии, а государство продолжать разрабатывать регуляторику, связанную с устойчивым развитием. Продление мер поддержки выходит на первый план решения задачи сохранения продовольственной безопасности нашей страны. В этой связи, необходимо осознавать важность экологической ответственности предприятий, соблюдение законодательства в сфере оборота и использования земель, контроль оборота пестицидов в свете последних изменений законодательства, меры государственной поддержки, стимулирующие внедрение «зеленых» технологий на предприятиях АПК, а также новые технологии по переработке отходов аграрной промышленности. Вложения в экологизацию сельхозпроизводства стратегически важны в долгосрочной перспективе для сохранения фонда сельскохозяйственных земель и обеспечения продовольственной безопасности. Поэтому участникам рынка следует внедрять модели замкнутого цикла, развивать точное земледелие, не допускать бесконтрольного использования минеральных удобрений и пестицидов, более активно проводить рекультивацию земель, соблюдать севооборот.

Обсуждение

Проведя исследования в области формирования экологически ориентированного агропромышленного комплекса, мы пришли к выводу, что текущее состояние ESG в России и рынок его финансирования в настоящее время находится на начальной стадии его формирования. Это означает, что преобразование ESG в России только начинает происходить и большинство предприятий сейчас понимают мотивацию необходимости внедрения принципов ESG. Сегодня государственные органы уделяют значительное внимание экологическим проблемам в стране, принимая и издавая нормативные акты, регулирующие природоохранную деятельность.

Заключение

Нельзя отрицать и тот факт, что в условиях мобилизационной экономики мы должны сохранить парадигму устойчивого развития, на первый план должна выйти регуляторная мотивация компаний, в том числе и в агропромышленном комплексе, т.е., когда регулирующие органы применяют и раскрывают критерии ESG. И как следствие необходимо четкое понимание того, как социально-экономические факторы отражаются в управлении компаний АПК: E и S – критерии очень связаны друг с другом, но без G – все развалится. В настоящее время необходимо совершенствовать нормативно-правовую базу, трансформировать систему государственного управления, использовать новейшие инновационные технологии, проводить мониторинг показателей эффективности внедрения ресурсосберегающих технологий.

Литература

1. Белова А.В. Координация государственной и корпоративной экологической политики в условиях санкций // Управленческий учет, 2022. – № 12-4. – С. 997-1004.
2. Головина С.Г., Ручкин А.В., Абилова Е.В. Эколого-климатическая повестка России: миссия аграрных производителей и сельскохозяйственных кооперативов // Аграрный вестник Урала, 2022. – № 08. – С. 70-80.
3. Грачев С.А. Параметры устойчивого развития в современных условиях: национальный уровень // Креативная экономика, 2022. – Т. 16. – № 5. – С. 1689-1702.
4. Жукова Е.В. Основные тенденции развития ESG-повестки: обзор в России и в мире // Экономика. Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. – 2021. – Т. 18. – № 6. – С. 68-82.
5. Зайцев А.Г., Хапилина С.И. Перспективы развития концепции ESG в условиях АПК // Вестник аграрной науки, 2022. – № 2. – С. 120-125
6. Измайлова М.А. Реализация ESG-стратегий российских компаний в условиях санкционных ограничений // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2022. – Т. 13. – № 2. – С. 185-201.
7. Мрочко Л.В., Спиридонова Г.В., Кузнецова М.И., Соловьева Е.А. Экологическое мировоззрение как основа современного бизнеса в концепции ESG // Экономические и социально-гуманитарные исследования, 2023. – № 1. – С. 83-92.
8. Реализация ESG-принципов в стратегии устойчивого развития экономики России / Под ред. Е.Н. Макаренко, С.В. Бердникова. – Ростов-на-Дону, 2022. – 508 с.
9. Резванов Р.И. Национальная «зеленая» таксономия и вызовы ESG-трансформации в агропромышленном секторе России // Ученые записки Международного банковского института, 2023. – № 1. – С. 142-168.
10. Рушицкая О.А., Ларин М.В. Адаптация подхода «бережливое производство» на предприятии АПК с целью повышения эффективности производства // Актуальные проблемы социально-гуманитарных дисциплин: материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 75-летию доктора юридических наук, профессора Б.А. Воронина. – Екатеринбург, 2021. – С. 346-350.
11. Хоружий Л.И., Катков Ю.Н., Романова А.А., Джикия М.К., Федяева А.А. Информационно-аналитические инструменты обеспечения экологической безопасности в организациях АПК // Бухучет в сельском хозяйстве, 2023. – № 2. – С. 70-81.
12. Шарно О.И. Экологическая ответственность бизнеса как критерий ESG и устойчивого развития // Правовая парадигма, 2022. – Т. 21. – № 3. – С. 29-37.
13. Khoruzhy L.I., Semenov A.V., Averin A.N., Mustafin T.A. ESG investing in the AI era: Features of developed and developing countries // Frontiers in Environmental Science, 2022. – V. 10. – P. 951646.
14. Migunov R.A., Syutkina A.A., Zaruk N.F., Kolomeeva E.S., Arzamastseva N.V. Global Challenges and Barriers to Sustainable Economic Growth in the Agribusiness Sector // WSEAS Transactions on Business and Economics, 2023. – V. 20. – P. 923-930.
15. Ushachev I.G., Bondarenko L.V., Chekalin V.S. Main Directions of Integrated Development of Rural Areas of Russia // Herald of the Russian Academy of Sciences, 2021. – V. 91. – № 2. – P. 87-96.
16. Alkaraan F., Albitar K., Hussainey K. and Venkatesh V.G. Corporate transformation to industry 4.0 and financials: Impact environmental, social and governance (ESG) // Tech. forecast. Social Change, 2022.
17. El Ghoul S., Guedhami O., Kim H., Park K. Corporate Environmental Responsibility and Value capital: international evidence // Journal of Business Ethics, 2018. – № 149. – P. 335–361.

УДК 330

А.С. Данченко, З.М. Яковенко

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ОСНОВЕ ЭФФЕКТИВНОГО ПРИМЕНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

A.S. Danchenko, Z.M. Yakovenko

ENSURING ECONOMIC AND FINANCIAL SECURITY BASED ON THE EFFECTIVE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES

Ключевые слова: финансовая безопасность, цифровизация, риски, информационная безопасность, конфиденциальная информация, кибератаки, кибербезопасность, цифровые технологии, искусственный интеллект.

Keywords: financial security, digitalization, risks, information security, confidential information, cyber attacks, cybersecurity, digital technologies, artificial intelligence.

Цель: исследовать эффективность обеспечения экономической и финансовой безопасности на основе цифровых технологий. Обсуждение: данная статья посвящена изучению механизмов и инструментов цифрового обеспечения информационной и финансовой безопасности, которые необходимы для эффективного функционирования всех подразделений организации и её стабильного развития. В условиях развивающихся технологий и постоянно расширяющегося спектра возможностей, предоставляемых цифровым пространством, всё большее внимание уделяется обеспечению надёжной защиты данных всех уровней важности, которыми обладает организация. Необходимость применения цифровых технологий в системе финансовой безопасности предприятия обусловлена уже существующими и возникающими на постоянной основе новыми факторами, которые оказывают негативное влияние на финансовую и информационную составляющие организации. Результаты: особой угрозой для каждой организации выступают хакерские кибератаки, противодействие которым возможно только с применением соответствующих систем цифрового контроля и безопасности.

Purpose: to study the effectiveness of ensuring economic and financial security based on digital technologies. Discussion: this article is devoted to the study of mechanisms and tools for digital provision of information and financial security, which are necessary for the effective functioning of all divisions of the organization and its stable development. In the context of evolving technologies and the ever-expanding range of opportunities provided by the digital space, increasing attention is being paid to ensuring reliable protection of data of all levels of importance that an organization possesses. The need to use digital technologies in the financial security system of an enterprise is due to existing and constantly emerging new factors that have a negative impact on the financial and information components of the organization. Results: a particular threat to every organization is hacker cyber attacks, which can only be countered with the use of appropriate digital control and security systems.

Электронный адрес: Nnn-nauka@yandex.ru, zoyargups@mail.ru

Введение

В условиях постоянно развивающихся технологий, процесс цифровизации охватывает всё больше сфер человеческой деятельности. Всё больше люди используют современные технологии, как в повседневной жизни, так и в своей профессиональной деятельности. И особое значение имеет процесс цифровизации в деятельности различных организаций. Это позволяет наиболее эффективно произвести расчёт необходимых ресурсов для создания той или иной продукции в определённый период времени, делает возможным более точные прогнозы наступления неблагоприятных для предприятия явлений и, соответственно, способствует разработке мер по минимизации потенциального ущерба или ликвидации его как такового. Существует огромное множество факторов, влияющих на внедрение в производственные процессы предприятия цифровых технологий, однако их основная задача состоит в повышении эффективности использования ресурсов и времени и стимулировании руководства в принятии стратегических решений, необходимых для дальнейшего развития предприятия.

Методы

Одним из ключевых аспектов эффективной деятельности предприятия выступает защита финансовых ресурсов от различного рода угроз и рисков, возникающих как внутри организации, так и за её пределами [7]. В свою очередь, финансовая безопасность предприятия представляет собой показатель защищённости финансовых ресурсов организации, характеризующий сохранность коммерческой тайны предприятия, её интеллектуальной собственности и способность противодействия влиянию негативных внешних и внутренних факторов. Также финансовая безопасность предприятия подразумевает возможность руководства оперативно принимать управленческие решения по устранению тех или иных угроз и дальнейшему развитию производственной деятельности организации. Такие факторы, как постоянно изменяющиеся цены на ресурсы и товары, различные глобальные экономические кризисы, нарушение товарно-экономических отношений между странами-партнёрами и т.д. оказывают негативное влияние на финансовое состояние организации. Особое внимание необходимо уделить киберпреступности, активно развивающейся на сегодняшний день и представляющей собой кражу персональных данных сотрудников предприятия, взлом цифровых документов организации, а также хищение самих финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта. Если руководство заблаговременно не предпринимает необходимых мер по укреплению защиты финансового положения предприятия, оказываемое влияние негативных факторов может привести к банкротству организации с её дальнейшей ликвидацией.

Результаты

Наиболее актуальной проблемой, оказывающей пагубное воздействие на финансовую безопасность предприятия, являются кибератаки со стороны хакеров. Полученную в ходе успешной кибератаки информацию, преступники могут использовать с максимальной для себя выгодой – появляется возможность требовать уплаты определённой суммы для возврата украденной у предприятия информации, либо данные отправляются в открытый доступ в интернет-пространство, что с большей долей вероятности приведёт к большим финансовым потерям организации [6]. Данная проблема вызывает необходимость в использовании цифровых технологий в области финансовой безопасности предприятия, поскольку запрограммированные инструменты способствуют более быстрому и эффективному построению процессов, способствующих

повышению уровня финансовой защищённости организации [3]. В качестве наглядного примера, представлена статистика ликвидированных российских предприятий в период с 2020 по 2024 г., уровень финансовой безопасности которых не соответствовал необходимым требованиям по противодействию разного рода рискам (рис. 1).

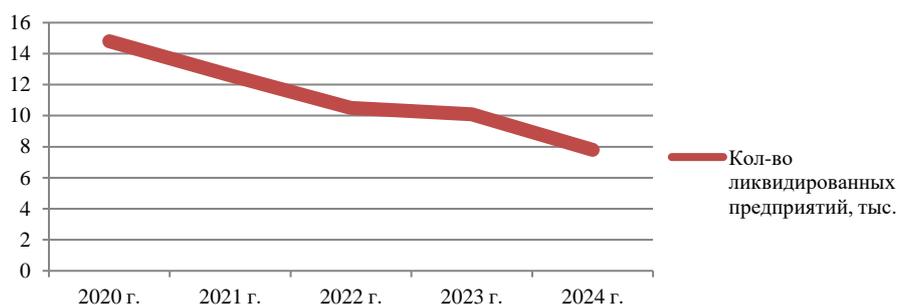


Рис. 1. Ликвидированные российские предприятия за 2020-2024 гг.

Из статистических данных следует, что в 2020 году число предприятий, деятельность которых была прекращена в связи с их ликвидацией, составило 14,8 тыс., что на 2,2 тыс. больше по сравнению с показателями 2021 года – 12,6 тыс. предприятий. В 2023 году число ликвидированных предприятий составило 10,1 тыс., что на 0,4 тыс. меньше по сравнению с результатами 2022 года – 10,5 тыс. организаций. В первом квартале 2024 года данный показатель составлял 7,8 тыс. – это на 2,3 тыс. меньше по сравнению с 2023 годом – 10,1 тыс., и в настоящее время значения показателя продолжают снижаться. Динамика ликвидируемых предприятий показывает ежегодное уменьшение этого показателя, что свидетельствует о всё большей заинтересованности предприятий в применении цифровых технологий для обеспечения надёжной защиты своей финансовой составляющей, чтобы своевременно устанавливать возможные риски и разрабатывать варианты их противодействию. Однако всё также существует большой риск потери организацией важных данных, поскольку недобросовестные лица разрабатывают новые методы и способы взлома применяемой на предприятии системы финансовой безопасности. Не редкой причиной ликвидации предприятий является утечка важной информации и корпоративных данных, связанных с финансовыми показателями организации. Злоумышленники находят в системе финансовой защиты предприятия так называемые «лазейки» и используют их в своих целях, что приводит к её ликвидации. Так, в России в период с 2017 по 2023 г. хакерами было выпущено в открытый доступ следующее количество записей с конфиденциальными данными разных предприятий (рис. 2).



Рис. 2. Динамика корпоративных записей российских организаций, украденных хакерами и выставленных в открытый доступ за 2017-2023 гг.

Согласно представленным данным, в период с 2019 по 2021 г. сумма данных, раскрытых хакерами, составила 715 млн записей, связанных персональными и платёжными данными организаций. Однако в 2022 году наблюдалось рекордное количество украденных и выпущенных в открытый доступ конфиденциальных данных российских предприятий, которое составило 667,6 млн записей. Сильный рост был вызван рядом факторов, среди которых:

- новые методы фишинговых атак;
- развитие социальной инженерии;
- постоянное развитие IT-инфраструктуры и запутанность её систем;
- создание большого количества трудовых мест удалённого формата работы, причиной чего стала возникшая в начале 2020 года пандемия коронавирусной инфекции;
- возможность хакеров получать конфиденциальную информацию без факта обнаружения их деятельности системами контроль и безопасности.

Объектами атак хакеров могут стать данные организаций разного масштаба деятельности, начиная от ИП и небольших организаций и заканчивая крупными компаниями и корпорациями. Так, за 2022 и 2023 годы было зафиксировано следующее долевое соотношение организаций разного масштаба деятельности, в отношении которых были произведены хакерские атаки (рис. 3). Согласно приведённым выше данным, в 2023 году сектор ИП и небольших организаций подвергся большему количеству хакерских атак по сравнению с 2022 годом. Выявленная тенденция связана с тем, что малые организации имеют ограниченные возможности на приобретение и эксплуатацию необходимых инструментов, обеспечивающих оптимальный уровень финансовой и информационной безопасности. Данная уязвимость организаций предоставила лёгкую возможность на получение их конфиденциальных данных хакерами. И, несмотря на небольшие объёмы реализуемой деятельности предприятий данного сегмента, их базы данных могут содержать крупные объёмы информации, соизмеримой с объёмами организаций более крупных сегментов.

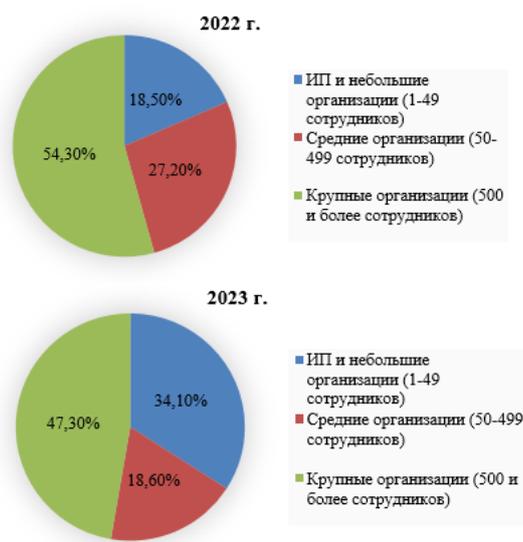


Рис. 3. Долевое соотношение российских организаций по размерам, подвергшихся хакерским атакам в 2022-2023 гг.

Утечка данных имеет свой характер. Она может быть представлена в виде кражи данных предприятий злоумышленниками, может представлять собой случайное разглашение конфиденциальной информации, а также не может быть определена вовсе [5]. Ниже представлены процентные соотношения случаев высвобожденной корпоративной информации организаций в открытый доступ, которые несут умышленный, случайный и неизвестный характер (рис. 4).

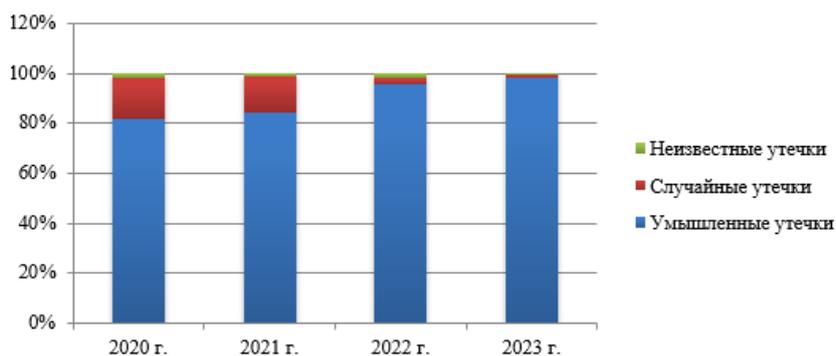


Рис. 4. Характер утечек корпоративной информации российских предприятий за 2020-2023 гг.

В соответствии с приведёнными данными на рис. 4 прослеживается рост объёма утечек, организованных умышленными способами. Это связано с ценностью конфиденциальной информации, каждая единица которой обладает определённой стоимостью на сторонних, «неофициальных» рынках. И источники подобных случаев кражи информации берут начало как внутри самой организации, так и за её пределами. Что касается случайных утечек информации, в 2023 году значения данного показателя составили 1,2% по сравнению с 2022-2021 гг. – 2,3% и 14,6% соответственно. Результатом достижения такого показателя послужило применение всё большим количеством организаций инструментов, способствующих предотвращению кражи корпоративной информации и финансовых ресурсов – Data Leak Prevention или DLP-систем. Возникающие на постоянной основе новые риски и угрозы в отношении финансовой безопасности предприятия, формируемые в цифровом пространстве, служат поводом для разработки инструментов противодействия всевозможным хакерским и иным атакам, способным подорвать экономическое положение организации [1]. Существует огромное количество продуктов различного программного обеспечения, способного предоставить достаточно надёжную защиту ценных для организации данных, тем самым укрепив её финансовую составляющую. На рис. 3 наглядно продемонстрировано, что за последние несколько лет количество кибератак, проведённых на средние и крупные организации значительно сократилось, что свидетельствует об активном применении специальных инструментов по противодействию подобного рода преступлений. В настоящее время огромную тенденцию развития получили технологии, обеспечивающие финансовую безопасность и построенные на основе искусственного интеллекта. Особенность данных технологий заключается в крайне быстром реагировании на события, в той или иной степени способные негативно повлиять на финансовое состояние предприятия [11]. Рассмотрим наиболее известные продукты программного обеспечения по защите информационной и финансовой составляющих организаций.

1. РискАналитик – отечественная разработка, позволяющая в автономном режиме проводить мониторинг текущих показателей безопасности и качества посредством использования встроенного комплексного набора модулей [8]. Программа, на базе самообучающейся системы, проводит анализ статистических данных, своевременно идентифицирует возникновение рисков в случае определения тенденций, влекущих негативные последствия для финансового положения предприятия, и разрабатывает корректировочные методы по их противодействию.

2. Darktrace – разработка зарубежных программистов, построенная на основе искусственного интеллекта, цель

которой заключается в предотвращении негативного воздействия в отношении финансовой безопасности предприятия в момент наступления кибератаки [9]. Алгоритмы программы анализируют все процессы, связанные с использованием данных всех уровней важности, начиная с данных, предоставляемых клиентам или партнёрам организации и заканчивая данными, содержащими конфиденциальную информацию.

3. DataMiner – следующая зарубежная разработка, особенность которой заключается в нахождении в статистических данных незначительной на первый взгляд информации, которая в ходе применения программой прогнозных процессов может стать ключевым элементом в возникновении неблагоприятных для предприятия, в особенности его финансовой безопасности, тенденций [10]. На сегодняшний день разработка считается одной из самых эффективных программных продуктов по обеспечению финансовой безопасности организации, однако в результате введённых западных санкций данный продукт не доступен на территории Российской Федерации.

Обсуждение

Поскольку каждый день цифровые продукты, функционирующие на основе искусственного интеллекта и обеспечивающие финансовую и информационную безопасность предприятий, совершенствуются, а также создаются новые их варианты, для достижения большей эффективности в реализуемой данными технологиями защите данных организаций были разработаны следующие предложения.

1. Необходима разработка программного обеспечения на базе искусственного интеллекта, которая будет способна проектировать схемы потенциально возможных хакерских атак, с учётом нынешнего уровня развития технологий, специфики деятельности организации и существующих возможностей цифрового пространства. Данная инновация позволит руководству организации изучить последовательные события спроектированных вариантов возможных кибератак и разработать соответствующие меры по противодействию им. Разработка позволит усовершенствовать систему контроля над информацией, принадлежащей организации, повысит защищённость её финансовых ресурсов и сократит во много раз случаи успешного проведения хакерами цифровых преступлений.

2. Создание ограниченной базы данных, доступ к которой будет иметь строго ограниченный круг лиц. В ограниченный круг лиц будут входить только те кадровые сотрудники, которые принимают обязательное участие в тех или иных операциях с контрагентами. Сами контрагенты также будут иметь доступ к данной базе данных, но для этого им будет необходимо пройти соответствующую проверку на отсутствие умысла в хищении информации. По результатам проверки будет выдаваться разовый ключ доступа к базе данных. Для того, чтобы получить новый ключ необходимо пройти процесс подтверждения личности. Сама информация, содержащаяся в базе данных, будет систематически перекодироваться, это необходимо для того, чтобы еще больше снизить вероятность взлома и утечки данных. Расшифровка данных будет возможна только внутри этой базы данных. Также в данной базе данных будет загружена информация о уже существующих мошеннических схемах и если алгоритм обнаруживает подозрительные операции, то сразу же их блокирует, и доступ к программе блокируется до результатов проведения проверки.

Заключение

Подводя итог, следует отметить, что применение цифровых систем и технологий в деятельности предприятий становится всё более необходимым элементом в условиях набирающей обороты четвёртой промышленной революции – Индустрии 4.0. Финансовая безопасность организации играет ключевую роль в её стабильном развитии, поддержании конкурентоспособности и позволяет отвечать всем требованиям современного предприятия. Каждый день существуют определённые риски и угрозы, способные нанести потенциальный ущерб организации. Именно поэтому необходимо внедрение и постоянное применение технологий, способных своевременно выявить неблагоприятные тенденции и предотвратить их отрицательный эффект. Цифровизация не стоит на месте, и её элементы будут дальше проникать в профессиональную деятельность и жизнь человека.

Литература

1. Бондарев В.В. Введение в информационную безопасность автоматизированных систем // М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2024. – 252 с.
2. Использование возможностей искусственного интеллекта в рекламе / Д.А. Шевченко, Е.М. Крюкова, В.В. Зеленов, В.В. Галстян // Практический маркетинг, 2024. – № 1. – С. 60-64.
3. Мищенко А.В. Оптимизационные модели управления финансовыми ресурсами предприятия / А.В. Мищенко. – М.: РИОР, 2022. – 946 с.
4. Никулин Ю.С. Как преобразуется рынок digital маркетинга с ростом доли мобильной аудитории в Мире/России // Практический маркетинг, 2023. – № 12. – С. 40-45.
5. Растегаева Ф.С., Нафикова Р.Р. Цифровизация системы внутреннего контроля // Креативная экономика, 2022. – Т. 16. – № 9. – С. 3529-3542
6. Симченко Н.А., Тимиргалеева Р.Р., Цёхла С.Ю., Гришин И.Ю., Шпырко О.А., Гербер Ю.Б., Макареня Т.А., и др. Устойчивое развитие промышленности в условиях цифровой поляризации: монография. – Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе, 2022. – 242 с.
7. Шлыков В.В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия / В.В. Шлыков. – М.: Алетейя, Санкт-Петербургский университет МВД России, Рязанский институт права и экономики МВД России, 2021. – 144 с.
8. Официальный сайт программного обеспечения финансовой и информационной безопасности «РискАналитик» [Электронный ресурс]. URL: <https://riskanalytic.ru/?yclid=3545927636411744255>.
9. Официальный сайт системы безопасности «Darktrace» [Электронный ресурс]. URL: <https://darktrace.com/>.
10. Официальный сайт системы заблаговременного обнаружения кибератак «DataMiner» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.datamir.com/>.
11. Kindle Edition. Cybersecurity Career Master Plan: Proven techniques and effective tips to help you advance in your cybersecurity career, 2021. – 280 p.
12. Lu H., Potter A.T., Rodrigues S., Walker H.L. Exploring Sustainable Supply Chain Management: a Social Network Perspective // Supply Chain Management, 2018. – № 4. – P. 257-277.

УДК 330.341.2

О.И. Самарченко

**МОДЕЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ
ИННОВАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ МСП В РОССИИ**

O.I. Samarchenko

**MODEL OF GOVERNMENT SUPPORT OF INNOVATIVE AREAS
OF SME DEVELOPMENT IN RUSSIA**

Ключевые слова: инновационная деятельность, предпринимательство, инновации, моделирование, поддержка МПС, инновационные разработки, высокотехнологичная продукция, санкции.

Keywords: innovative activity, entrepreneurship, innovation, modeling, support for the Ministry of Railways, innovative developments, high-tech products, sanctions.

Цель: рассмотреть организацию государственной поддержки предприятиям малого и среднего предпринимательства, реализующих стратегию технологического развития посредством Фонда содействия инновациям. Обсуждение: развитие высокотехнологичных инноваций в России является одним из приоритетных направлений деятельности. В связи с этим сегодня актуализируется роль и значение темпов развития науки, техники и производства, а перед исследователями и технологичными предприятиями ставятся задачи по разработке новых, либо усовершенствованию функционирующих технологических процессов, созданию наукоемкой продукции, обладающей новыми свойствами, пересмотру требований к качеству производимой продукции для обеспечения требований импортозамещения, а также по укреплению научно-технологического суверенитета Российской Федерации. Результаты: наиболее эффективным и релевантным способом решения отмеченных задач является государственная поддержка инновационной деятельности, направленная на совершенствование механизмов развития и внедрения модернизаций, результатов интеллектуальной деятельности и инновационных разработок.

Purpose: to consider the organization of state support for small and medium-sized enterprises implementing a technological development strategy through the Innovation Promotion Fund. Discussion: the development of high-tech innovations in Russia is one of the priority areas of activity. In this regard, today the role and importance of the pace of development of science, technology and production is being updated, and researchers and technological enterprises are tasked with developing new or improving existing technological processes, creating high-tech products with new properties, revising the requirements for the quality of manufactured products for ensuring the requirements of import substitution, as well as strengthening the scientific and technological sovereignty of the Russian Federation. Results: the most effective and relevant way to solve these problems is state support for innovation, aimed at improving the mechanisms for the development and implementation of modernization, the results of intellectual activity and innovative developments.

Электронный адрес: olozitskaya@gmail.com

Введение

Данные о занятых в отраслях, генерирующих производство высокотехнологичной продукции, которая сегодня по последним оценкам составляет в России около 34%, свидетельствуют о том, что Российская Федерация в настоящее время, к сожалению, не является лидером в области создания и производства высоких технологий. Если сравнивать нашу страну с Европейским союзом, где приведенный выше показатель составляет около 46%, то можно констатировать [2], что перед Россией стоит много сложных задач по решению вопросов обеспечения максимальной заинтересованности всех субъектов инновационных отраслей в поддержании, и в дальнейшем, в расширении производства высокотехнологичной продукции. Причиной тому служит происходящее осознание того, без высокотехнологического сектора экономики невозможно осуществить переориентацию на сторону наукоемкого производства, оставив позади сырьевой сектор.

Основным драйвером данного процесса выступают беспрецедентное давление, оказываемое на Российскую Федерацию. Многотысячные санкции, прежде всего, сконцентрировались на импорте в Россию инновационных и иных технологий, в том числе на прекращении или приостановке на неопределенный срок лицензионных соглашений в основном в области производства инновационной продукции [2]. Это послужило толчком к созданию доктрины технологически независимого государства, основанного на полном цикле производства собственных технологий. Данная картина полностью меняет подход к технологическим процессам, предоставляя возможность высокотехнологичным предприятиям с низкими транзакционными издержками выйти на рынки, повышая участие малых и средних предприятий, существенно влияющих на технологическое и, как следствие, экономическое развитие государства в целом. Следовательно, потенциальным источником обеспечения роста экономики является малое и среднее технологическое предпринимательство. Вспомним таких гигантов, которые начали свое развитие как стартапы: Facebook, Google, Stemcentrx, Twitter, Yandex, Mobileye и др. с капитализацией в настоящее время в миллиарды долларов, достигшие подобных успехов за 5-7 лет.

Инновационное малое и среднее предпринимательство создает базу, для разработок и апробаций инновационной продукции, которая может стать частью производственного цикла крупных компаний со всеми вытекающими преимуществами. А учитывая тот факт, что малые предприятия мобильнее и склонны рисковать, количество новых технологий, предложенных ими, будет больше. Так инновационных разработок, приходящихся на одного научного сотрудника в 4 раза больше в мелких компаниях, чем в крупных [2,11]. Показателен опыт Фонда содействия инновациям в вопросах организации государственной поддержки предприятиям МСП, реализующих стратегию технологического развития. За время своей деятельности Фонду удалось существенно увеличить объем инвестиций в развитие инновационных предприятий, так совокупный объем средств, выделенных фондом на поддержку инновационной деятельности, достиг 44,3 млрд р. [10]. Первостепенную роль следует уделять выбору проектов для финансирования, а также анализу условий и факторов, влияющих на достижение заявленных целей деятельности Фонда и национального проекта «Цифровая экономика». Это позволит другим ФОИВ (министерствам и организациям) извлечь то ценное в этом опыте, которое даст возможность реализовывать у себя эффективную проектную деятельность.

Методы

Анализ наиболее известных зарубежных рейтингов (Regional Innovation Scoreboard, RIS), (Portfolio Innovation Index, PII) и (State New Economy Index, SNEI), а также Российских рейтингов АИРР и НИУ ВШЭ по формированию адекватных условий в области развития высокотехнологичного малого предпринимательства позволяет сформировать две группы индикаторов, которые представляют собой: 1) индикаторы-условия реализации проектов, такие как, например, кадры, научный потенциал, доступность капитала, инфраструктура, институты, госзакупки и т.п.; 2) индикаторы-результаты развития и реализации проектов, такие как, продукция, налоги, рабочие места, экспорт, новый бизнес и т.д. Данные группы индикаторов представляют собой не что иное, как соотношения достигнутых результатов и имеющихся ресурсов. К первой группе относятся индикаторы, определяющие входные показатели, задающие начальные условия для инновационной активности, а ко второй группе относятся выходные показатели, которые указывают на результаты поддержки малых и средних инновационных предприятий и их проектов.

Фонд обладает достаточно серьезными инструментами и полномочиями в поддержке МСП, являющихся генераторами прорывных инновационных идей. Однако отсутствие единой стратегии инновационного роста в России, является базовым фактором и основой для разработки модели организационно-экономического механизма поддержки Фондом прорывных направлений развития малого и среднего инновационного предпринимательства (далее – Модель). Модель представляет собой взаимосвязь организационного и экономического элементов. Организационный элемент раскрывает взаимодействие организационных средств и системы связей МСП, в рамках модели поддержки предприятий Фондом. Экономический элемент представляет собой совокупность форм и методов организации деятельности предприятия, вытекающих почасовой через Фонд поддержки. Следовательно, основная цель организационно-экономического механизма – это обеспечение взаимодействия МСП с Фондом для достижения поставленной цели и решения запланированных в рамках этого задач. Моделирование – один из наиболее ценных, но недостаточно понимаемых навыков финансового анализа.

Результаты

Модель представляет собой иерархически упорядоченную функциональную структуру, с поэтапным механизмом функционирования.

I этап – Подготовительный. На данном этапе происходит анализ факторов и показателей, влияющих на развитие инновационного предпринимательства. Для выполнения процедуры оценки отдельных факторов и индикаторов все чаще прибегают к экспертизе – действенному инструменту многокритериального оценивания и анализа. Однако для получения наиболее объективной информации об исследуемой области требуется наличие компетентных экспертов. Для этого осуществляется их отбор. При этом серьезной проблемой является определение согласованности мнений экспертов и критериев качества их оценки или работы [3]. Поэтому необходимость использования экспертов для проведения экспертизы инициируется экспертным советом Фонда с согласия наблюдательного совета на коммерческой основе. Для этого формируются необходимые компетенции, которыми должен обладать эксперт (критерии) для проведения анализа и оценки проектов. Подбор и составление окончательного списка экспертов проходит в два этапа. Отбор потенциальных экспертов в соответствии с установленными критериями (табл. 1).

Таблица 1

Критерии отбора экспертов для проведения экспертизы

| Критерий отбора, K_{oj} | Значения весовых коэффициентов | | | |
|---------------------------|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | Требования к критерию | Требования к критерию | Требования к критерию | Требования к критерию |
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| № | | | | |

1. Определяется сумма баллов, набранных № – м экспертом по заданным критериям отбора по формуле:

$$\sum X_i = \sum_{j=1}^n a_{ij} \tag{1}$$

где:

a_{ij} – количество баллов, набранных определенным экспертом по определенному критерию отбора;

$\sum X_i$ – сумма баллов набранных n – м экспертом по всем критериям.

2. Вычисляется сумма баллов j-го критерия отбора по потенциальным экспертам K_{oj} , по формуле:

$$K_{oj} = \sum_{i=1}^n a_{ij} \tag{2}$$

3. Проводится расчет весовых коэффициентов W_i каждого из экспертов и отбираются те из них, которые имеют самый высокий весовой коэффициент (ранжируем) по формуле:

$$W_i = \frac{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n a_{ij}}{\sum_{j=1}^n a_{ij}} \tag{3}$$

По результатам первого этапа выделяются перспективные направления, определяется приоритетность отраслей с учетом регионального признака, а также происходит оценка соответствия поступившего проекта определенным перспективным направлениям развития отраслей.

II этап – Аналитический.

На данном этапе генерируется информационно-аналитическая база данных, на основе которой производится построение моделей потенциальных уровней цифровизации экономики, осуществляется прогнозирование в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Это позволяет формировать сценарии развития цифровой экономики, исходя из которых корректируется организационно-экономический механизм поддержки МСП. Наиболее интересен процесс моделирования оценки состояния бизнес-среды с учетом наиболее значимых факторов, оказывающих влияние на развитие инновационного предпринимательства:

- доступность капитала (x1);
- доступность информации (x2);
- инфраструктура (x3);
- налоговые и административные барьеры, в том числе и коррупция(x4);
- недобросовестная конкуренции (x5);
- преобладающие риски (x6);
- кадровый и научный потенциал (x7).

Методологической основой при моделировании состояния бизнес-среды предлагается использовать регрессионный анализ, опирающийся на показатели Федеральной службы государственной статистики и опрошенных респондентов по различным видам экономической деятельности для выявления наиболее приоритетных направлений в цифровой экономике. Определим объем выборочной совокупности на территории Российской Федерации (субъекта) для определения степени удовлетворенности государственной поддержкой МСП на основе проведенного анкетирования по формуле:

$$n = \frac{Nt^2qp}{N\Delta^2+t^2qp} \quad (4)$$

где:

n – объем генеральной совокупности;

t – значение из таблицы распределения Стьюдента соответствующее уровню значимости;

q, p – значения вероятностей, которые можно принять максимальными.

По результатам опроса построим регрессионную модель зависимости возможности разработки и внедрения инноваций, в рамках существующего нормативно-правового поля от статистически важных факторов, на которые может повлиять Фонд содействия инновациям. Используем для оценки классический подход – метод наименьших квадратов. Неизвестные параметры уравнения обозначим как $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$, отражающие коэффициенты корреляции между факторными переменными. Исходя из этого, уравнение линейной регрессии может быть представлено в виде следующего уравнения:

$$\hat{y} = y + \alpha_1x_1 + \alpha_2x_2 \dots \alpha_jx_j \dots \alpha_kx_k \quad (5)$$

Для того, чтобы сделать окончательный вывод о достоверности модели уравнения регрессии, достаточно часто опираются на коэффициент детерминации R^2 (или квадрат коэффициента множественной корреляции) значение которого находится в пределах от 0 до 1. Чем ближе значение находится к единице, тем более точно уравнение регрессии описывает исходные данные и включенные в нее факторы.

$$R^2 = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (\hat{y}_i - y_i)^2}{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2} \quad (6)$$

Построенная модель оценки бизнес-среды позволяет сделать вывод о том, какой из факторов и в какой степени влияет, по мнению респондентов – непосредственных участников и руководителей МСП на развитие инновационного предпринимательства. Данный подход обеспечивает координацию и взаимодействие между Фондом и субъектами инновационного предпринимательства по вопросам, связанным с рациональной поддержкой МСП именно в тех областях, где это необходимо.

III этап – Оценка проекта. Оценка отношения проекта, технологии или продукции к Перечню критических технологий. Принимая решения о поддержке того или иного проекта Фонд должен уделять внимание развитию базовых и критических технологий, которые закреплены Указом Президента Российской Федерации от 7.07.2011 № 899 «Об утверждении приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации и перечня критических технологий Российской Федерации» (далее – Перечень). Следовательно, потенциальная технология или продукция, предлагаемая МСП должна иметь отношение к утвержденному Президентом Российской Федерации Перечню. На данном этапе производится сравнение количества технологий, представленных в проекте к количеству технологий, определенных Перечнем критических технологий. Можно охарактеризовать данный показатель как индекс критических технологий проекта, который варьируется от 0 до 1. Чем индекс ближе к единице, тем перспективнее проект.

$$П = \frac{N_{\text{проект}}}{N_{\text{перечень}}} \quad (7)$$

где:

П – индекс критических технологий проекта;

$N_{\text{проект}}$ – количество технологий, представленных в проекте;

$N_{\text{перечень}}$ – количество критических технологий, указанных в Перечне.

Таким образом, производится оценка проекта с позиции вхождения его в перечень критических технологий при выделении финансирования или получение гранта, имеющий преимущество о поддержке по отношению к тем, представленным проектам, которые к нему не относятся. Вместе с тем возможна ситуация, когда несколько проектов относятся к Перечню. Наиболее значимым в этом случае представляется проект, соответствующий нескольким пунктам Перечня.

Оценка отношения технологии к фундаментальным или прикладным исследованиям. С целью оценки отношения технологии к направлениям исследования и разработкам, важно понять на какой модели инновационного развития базируется Российская Федерация для ускорения технологического развития: на модели инновационного развития восточноазиатского региона, где практически отсутствуют фундаментальные исследования или стран евроатлантического региона, где имеются все компоненты инновационной системы. Анализ нормативно-правовых актов и выступлений высшего политического руководства страны дает четкое представление о том, что стратегии инновационного развития России в большей степени базируется на инновационно-прорывном сценарии.

Как следствие, наиболее перспективными являются проекты, включающие полный инновационный цикл, который включает в себя все этапы от возникновения идей до их реализации непосредственно на производстве, выраженные в готовом продукте. Данный подход к отбору и реализации проектов позволяет добиваться высоких результатов не только в прикладных исследованиях и разработках, но и обеспечивать проведение фундаментальных исследований в тех областях, где существует

пробелы, тем самым, формируя потенциал и технологический задел на будущее. Анализ зарубежной и отечественной практики оценки эффективности расходов на фундаментальные исследования позволяет сделать вывод о том, что подобного рода оценка должна учитывать как количественные, так и качественные показатели. Особое значение отводится измерению их динамики. Первая группа показателей – динамика изменения качественных и количественных показателей результатов НИОКР – E_s .

$$E_s = I_{\text{кач}j} I_{\text{кол}j} \quad (8)$$

где:

$I_{\text{кач}j}$ – прирост j -го качественного индикатора в текущем периоде по отношению к базовому периоду;

$I_{\text{кол}j}$ – прирост j -го количественного индикатора в текущем периоде по отношению к базовому периоду.

Вторая группа – динамика рентабельности финансирования НИОКР – E_c .

$$E_c = \frac{E_s}{I_3} \quad (9)$$

где:

I_3 – прирост затрат на выполнение программ и проектов исследований, которые учитываются при расчете динамики изменения качественных и количественных показателей результатов НИОКР.

Третья группа – динамика выполнения проекта – E_R .

$$E_R = \frac{E_\phi}{E_{\text{пр}}} \quad (10)$$

где:

E_ϕ – фактическая рентабельность проекта;

$E_{\text{пр}}$ – запланированная рентабельность проекта исследований.

Интегральный показатель представляется как произведение частных показателей.

$$E_\phi = E_s E_c E_R \quad (11)$$

По аналогии проводится оценка частных и интегрального показателей в прикладной науке E_n , после чего проводится сравнение интегральных показателей.

$$E = \frac{E_\phi}{E_n} \quad (12)$$

Если $E > 1$, то эффективность реализации проектов в фундаментальной науке выше чем в прикладной. Если $E < 1$, то наиболее перспективным для финансирования является проекты в прикладной науке. Оценка конкурентоспособности и будущей перспективы реализации товара на рынке (возможности получения прибыли). С целью предварительной оценки инвестиционной привлекательности предлагаемых проектов правильнее размаривать динамические методы оценки проектов по четырем основным показателям: Чистый дисконтированный доход (NPV), Индекс рентабельности инвестиций (PI), Внутренняя норма прибыли инвестиций (IRR), дисконтированный срок окупаемости (DPP). Расчеты показателей приводить не будем, они доступны и общеизвестны. Решение принимается на основе сравнения IRR с нормативной рентабельностью; при этом, чем выше значения внутренней нормы рентабельности и больше разница между ее значением и выбранной ставкой дисконта, тем больший запас прочности имеет проект. Критерии NPV, IRR и PI, достаточно часто применяются в инвестиционном анализе, но фактически представляют собой разные версии одной и той же концепции оценки, и поэтому их результаты связаны друг с другом. Таким образом, можно ожидать выполнения следующих математических соотношений для одного проекта.

1. Оценка возможности использования технологий в ОПК (технологий двойного назначения). Создание условий для устойчивого научно-технологического развития военного сектора экономики требует создания диверсифицированной структуры взаимодействия с малыми и средними инновационными предприятиями. Такого рода структура позволяет осуществлять эффективную инновационную деятельность с учетом возможностей конверсии и работы на рынке двойных технологий. В связи с этим важность финансирования Фондом технологий двойного назначения в повышение национальной безопасности трудно переоценить. Индекс варьируется от 0 до 1, следовательно, чем ближе его значение к единице, тем выше его привлекательность для использования в ОПК.

$$T_{\text{опк}} = \frac{T_{\text{проект}}}{T_{\text{опк}}} \quad (13)$$

где:

T – индекс технологий проекта, используемых в оборонно-промышленном комплексе;

$T_{\text{проект}}$ – количество основных технологий, представленных в проекте;

$T_{\text{опк}}$ – количество основных технологий, использующихся в оборонно-промышленном комплексе.

2. Оценка участия в госзакупках и региональной инфраструктуры. Госзакупки являются одним из действенных инструментов формирования спроса на продукцию и услуги, а также стимулировании МСП к развитию информационно-коммуникационных технологий. Правила оценки заявок участников закупки определяются постановлением Правительства Российской Федерации от 28.11.2013 № 1085 «Об утверждении Правил оценки заявок, окончательных предложений участников закупки товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Особую роль в повышении конкурентоспособности отечественной продукции на иностранных рынках имеют МСП, объединенные в кластеры, что позволяет производить большой объем высокотехнологичной продукции, ориентированной на экспорт. Кроме того, при создании подобных кластеров важно уделять внимание как их отраслевому характеру, так и инновационной инфраструктуре, имеющейся в регионе, где планируется к реализации проект. Возникает вопрос: Какой регион наиболее перспективен для реализации проекта?

В соответствии с национальным докладом РАНХиГС «Высокотехнологичный бизнес в регионах России» регионы России по соотношению их доли в ресурсах для развития хай-тека России отнесены к нескольким группам. Выделены группы регионов по их доле в ресурсах России для развития высокотехнологичного бизнеса [9]: наивысшая доля (>5% в ресурсах

страны); высокая (2-5%); средняя (1-2%); пониженная (0,5-1%); низкая (менее 0,5%). Выделены следующие группы регионов в результатах развития высокотехнологического бизнеса России: наивысшая доля (>5% в результатах хайтека России); высокая (2-5%); средняя (1-2%); пониженная (0,5-1%); низкая (менее 0,5%).

По результатам анализа при принятии решения о поддержке инновационного предпринимательства Фондом проводится оценка регионов, обладающих инновационной инфраструктурой, то есть наибольшей привлекательностью по наличию условий, способствующих развитию малого и среднего инновационного предпринимательства. Регионы, не находящиеся в данных зонах, не в полной мере обладают соответствующей инфраструктурой, но имеющие потенциал в некоторых отраслях. Наиболее оптимальным в этих условиях является развитие кооперационных связей между ними и создание кластерной архитектуры. Это позволяет усилить интеграционное взаимодействие участников инновационного процесса на уровне регионов и реализовать потенциал МСП. Кластеры должны учитывать отраслевой характер региона или нескольких регионов. Формирование кластеров не должно происходить стихийно. Они должны быть организованы, базируясь исключительно на научной основе с учетом их компетенций, технических возможностей, логистике, информационном взаимодействии и др. Идентификация и оценка рисков реализации проекта. Каждый из видов риска оценивается по критерию «вероятность возникновения», характеризующий ожидание наступления события, негативно влияющего на выполнение проекта. Вероятность возникновения риска p_r оценивается с помощью вербально-числовой шкалы Харрингтона, представленной в табл. 2.

Таблица 2

Универсальная вербально-числовая шкала Харрингтона

| Наименование градации вероятности p_r | Числовое значение вероятности |
|--|-------------------------------|
| Очень низкая вероятность реализации проекта | 0–0,19 |
| Низкая вероятность реализации проекта | 0,2–0,37 |
| Средняя вероятность реализации проекта | 0,36–0,63 |
| Высокая вероятность реализации проекта | 0,64–0,79 |
| Очень высокая вероятность реализации проекта | 0,8–1 |

По результатам оценка всех представленных проектов проводится их ранжирование и выбирается тот из них, который по предварительным оценкам экспертов наиболее эффективен. Ранжирование и оценка осуществляется с привлечением экспертов, отобранных на подготовительном этапе, посредством сравнительной оценки поступивших в Фонд проектов от малых и средних инновационных предприятий. Оценка значимости критерия проводится с помощью баллов, которые выставляются экспертами от 0 до 3 в табл. 3. Критерию, которому эксперт дает наивысшую оценку, присваивается первый ранг. Чем выше рейтинг проекта среди представленных, тем в наиболее приоритетное место он ставится при финансировании. Таким образом, проводится оценка частных показателей, рассчитанных на III этапе, на основе которых принимается решение о финансировании проекта в области прорывных направлений развития малого и среднего инновационного предпринимательства с учетом значимости каждого из них. В течение данного этапа завершаются все исследовательские и проектные работы с оценкой их коммерческого потенциала. Решение о финансировании проекта осуществляется на основе интегрального рейтинга.

Таблица 3

Балльная оценка значимости критериев выбора проекта Фондом для финансирования

| Значение критерия | Оценка в баллах, № | $\sum N_i$ |
|--|--------------------|------------|
| I. Значимость отношения проекта или продукции к Перечню критических технологий | | |
| – проект или продукция не относится к Перечню | 1 | |
| – проект или продукция относится к одному и более пунктам Перечня | 2 | |
| – проект или продукция относится к пяти и более пунктам Перечня | 3 | |
| II. Значимость отношения технологии к фундаментальным или прикладным исследованиям | | |
| – проект не относится к фундаментальным исследованиям | 1 | |
| – проект относится к фундаментальным исследованиям | 2 | |
| – проект относится к прикладным исследованиям | 3 | |
| III. Значимость для повышения конкурентоспособности и перспективности предпринимательских предложений на рынке (возможности получения прибыли) | | |
| – №PV < 0, то IRR < CC (r); PI < 1 | 1 | |
| – №PV = 0, то IRR = CC (r); PI = 1 | 2 | |
| – №PV > 0, то IRR > CC(r); PI > 1 | 3 | |
| IV. Значимость использования технологий в ОПК (технологий двойного назначения). | | |
| – проект не влияет на повышение эффективности функционирования ОПК | 1 | |
| – проект влияет на повышение эффективности функционирования ОПК | 2 | |
| – проект значительно влияет на повышение эффективности функционирования ОПК | 3 | |
| V. Значимость участия в госзакупках | | |
| – проект не участвует в госзакупках | 1 | |
| – проект участвует в госзакупках | 2 | |
| – участие проекта подразумевает обязательное участие в госзакупках | 3 | |
| VI. Значимость регионов по их доле в ресурсах высокотехнологического бизнеса РФ | | |
| – не значимо | 1 | |
| – низкая значимость | 2 | |
| – высокая значимость | 3 | |
| VII. Значимость последствий рисков не реализации проекта | | |
| – низкая | 1 | |
| – средняя | 2 | |
| – высокая | 3 | |

IV этап – Организационный. Выработка стратегии по реализации проекта (проектов), а при необходимости инициирование создания кластерной архитектуры, общей технологической платформы, определения границ исследования и разработок. Формирование организационной структуры управления, развитие правовой базы, регулирующей отношения в сфере кибербезопасности, а также внесение предложений в нормативно-правовые акты, касающиеся развития инновационного предпринимательства.

V этап – Мониторинг. На данном этапе происходит мониторинг, определяется, какие технологии необходимы в долгосрочной перспективе. Для этого происходит оценка проектов (SWOT-анализ), анализируется финансовая составляющая деятельности МСП, производится оценка эффективности и результативности.

VI этап – Контроль и стратегическое управление (развитие). Производится оценка финансовых показателей деятельности МСП для обоснования стратегических целей и задач развития на перспективу, а при необходимости инициирование предоставления в краткосрочном периоде льгот с целью достижения стимулирующего эффекта.

Обсуждение

При существенном не достижении плановых показателей предприятиями инициировать процедуру по возврату средств гранта. Для определения уровня развития малого и среднего инновационного предпринимательства используется методика расчета, утвержденная приказом генерального директора Фонда содействия инновациям № 22-141 от 21.09.2017 г. Как итог, в модели организационно-методического механизма должна обеспечиваться обратная связь, состоящая из алгоритма оценки эффективности деятельности Фонда содействия инновациям при реализации программ поддержки прорывных направлений развития малого и среднего инновационного предпринимательства. Однако при детальном анализе выходных показателей, которые в настоящее время используются для оценки результатов поддержки Фондом малого и среднего инновационного предпринимательства, кроме показателей, указанных в Стратегии Фонда, следовало бы отнести:

- номенклатура хай-тек продукции;
- экспорт и импорт технологий;
- увеличение налоговых поступлений от функционирования МСП;
- количество результатов интеллектуальной деятельности, внесших вклад в увеличение ВВП страны;
- количество субъектов малого и/или среднего предпринимательства;
- оборот субъектов предпринимательства;
- производительность труда;
- наличие базовых цифровых технологий у населения;
- средняя численность населения, занятого в сфере малого и среднего предпринимательства и др.

Увеличение количества показателей, по нашему мнению, позволит более прозрачно проводить оценку операционной деятельности Фонда. Их введение обеспечивает проведение динамической оценки во взаимосвязи с национальным проектом «Цифровая Экономика» и государственными программами Российской Федерации. Это позволит проследить корреляцию между результатами деятельности Фонда и реализацией национального проекта «Цифровая экономика». Более того, индикаторы, определяющие результаты деятельности Фонда должны ежегодно уточняться в зависимости от индикаторов национального проекта и государственных программ, направленных на цифровизацию экономики. Предложенная модель организационно-экономического механизма поддержки малого и среднего предпринимательства позволяет использовать ее в практической деятельности Фонда, поскольку она достаточно полно раскрывает мероприятия и направления деятельности, которые необходимо проводить для снижения барьеров, влияющих на развитие инновационного предпринимательства в России.

Заключение

Таким образом, можно утверждать, что современный организационно-экономический механизм поддержки Фондом содействия инновациям прорывных направлений развития малого и среднего инновационного предпринимательства должен опираться на системный подход, объединяющий в себе как административные, так и экономические методы воздействия. Особенно важно при поддержке МСП является создание эффективной предпринимательской среды, обеспечивающей развитие инновационного предпринимательства с целью снижения разрыва между теоретическими разработками и их практической реализацией в готовом продукте или услуге. Это способствует социально-экономической трансформации экономики, посредством инициирования массового внедрения и усвоения цифровых технологий, достижение целей национальной программы «Цифровая экономика России» и как следствие, повышение показателей экономического роста Российской Федерации.

Литература

1. Ковальчук Ю.А., Ломакин М.И., Степнов И.М. Национальные проектные офисы: конкуренция или координация? // Стандарты и качество, 2016. – № 12. – С. 62-66.
2. Микитась А.В., Продченко И.А., Юматов М.С. Совершенствование инструментов фонда содействия инновациям по развитию малого инновационного предпринимательства // Инновации, 2020. – № 3. – С. 19-22.
3. Национальный доклад // Высокотехнологичный бизнес в регионах России. – М.: РАНХиГС, 2019. – 108 с.
4. Об утверждении перечня инициатив социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 г. – Распоряжение Правительства Российской Федерации от 6 октября 2021 г. № 2816-р. Собрание законодательства Российской Федерации, 2021. – № 41 // Справочная правовая система «Гарант».
5. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» – Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 316 Собрание законодательства Российской Федерации. – 2014. – № 18 (часть II) // Справочная правовая система «Гарант».
6. Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации – Постановление Правительства Российской Федерации от 31 октября 2018 года № 1288 (ред. от 03.01.2019г.) (вместе с «Положением об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации») // Справочная правовая система «Гарант».
7. Порядок разработки национальных проектов (программ), федеральных проектов и ведомственных проектов (последняя редакция 26 сентября 2022 г.) // Справочная правовая система «Гарант».
8. Проектное управление в органах государственной власти [Электронный ресурс]. URL: <https://fi.nswi.ru/projects/metody/proektное-управление-v-organah-gosudarstvennoy-vlasti.html>.
9. Репина А.В. Проектный подход в управлении изменениями и инновациями в региональной системе образования. [Электронный ресурс]. URL: <https://docplayer.ru/28493195-Proektnyy-podhodv-upravlenii-izmeneniyami-i-innovatsiyami-v-regionalnoy-sisteme-obrazovaniya.html>.

10. Седых Е.П. Логико-структурный подход к управлению образовательными проектами // Вестник Мининского университета, 2017. – № 2. – С. 6-17.
11. Управление инновационным развитием образовательного учреждения. [Электронный ресурс]. URL: <http://x№--i1abb№ckbmc19fb.x№-p1ai/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/562323/>.
12. Litau E.Y. Scoring method as applied to innovation project evaluation for startup support // Entrepreneurship and Sustainability Issues, 2019. – V. 7. – № 4. – P. 2978-2990.
13. Stefan C.G., Hosszu A. Mihai A.B. Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): The Engine of Economic Growth through Investments and Innovation // Sustainability, 2020. – № 12.

5.2.5. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 339.564

А.А. Кизим, А.В. Мудров, Хунгнибо Коффи Ронел Орден
МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС В СТРАНАХ АФРИКИ
НА ПРИМЕРЕ АГРАРНОГО СЕКТОРА ГОСУДАРСТВА БЕНИН

A.A. Kizim, A.V. Moudrov, Houngnibo Coffi Ronel Orden
INTERNATIONAL BUSINESS IN AFRICAN COUNTRIES
ON THE EXEMPLE AGRARIAN SECTOR OF BENIN STATE

Ключевые слова: международный бизнес, аграрный бизнес, процессы глобализации, мировое сотрудничество, цифровые технологии, цифровое пространство, международные отношения, адаптивная бизнес-модель.

Keywords: international business, agricultural business, globalization processes, world cooperation, digital technologies, digital space, international relations, adaptive business model.

Цель: разработать научные и методические положения по совершенствованию организационно-экономического механизма повышения эффективности международного бизнеса на примере аграрного сектора государства Бенин. Обсуждение: в современных условиях Африка является перспективным регионом для развития международного бизнеса, включая сельское хозяйство. Сельское хозяйство Бенина характеризуется благоприятным климатом, наличием плодородных земель и доступом к международным рынкам, посредством имеющейся транспортной инфраструктуры, а также технологической отсталостью и дефицитом материальной базы. В статье обсуждаются проблемы и вызовы, с которыми сталкиваются международные партнеры государства Бенин в аграрной сфере. Результаты: предложены новые институциональные формы международного бизнеса, основанные на принципах и методах цифровых технологий. В целом, международный бизнес в аграрной сфере Бенина представляет привлекательное направление для развития международного сотрудничества.

Purpose: to develop scientific and methodological provisions for improving the organizational and economic mechanism for increasing the efficiency of international business using the example of the agricultural sector of the state of Benin. Discussion: in modern conditions, Africa is a promising region for the development of international business, including agriculture. Benin's agriculture is characterized by a favorable climate, the presence of fertile lands and access to international markets through the existing transport infrastructure, as well as technological backwardness and a lack of material resources. The article discusses the problems and challenges faced by the international partners of the state of Benin in the agricultural sector. Results: new institutional forms of international business based on the principles and methods of digital technologies are proposed. In general, international business in the agricultural sector of Benin represents an attractive direction for the development of international cooperation.

Электронный адрес: arko1980@mail.ru, mudrovav@mail.ru, koffi1996@yandex.ru

Введение

Международный бизнес подразумевает формирование деловых отношений между субъектами из разных государств. Характерными операциями для такого рода отношений являются закупка сырья и материалов в одной стране с целью поставки, для дальнейшей переработки, в другую, закупка готовой продукции, с целью реализации через розничную сеть другого государства, миграция капитала и рабочей силы в поиске наиболее привлекательного применения в других странах, а также осуществление продовольственных поставок для обеспечения безопасности отдельных государств. Субъекты таких отношений, могут быть, представлены физическими лицами, юридическими лицами, группами и объединениями компаний, и государственными структурами. Отличительные особенности международного бизнеса основываются на возможности извлечения экономических выгод именно из особенностей межгосударственных отношений, т.е. из того факта, что деловые операции, осуществленные между участниками различных государств, обеспечивают больше преимуществ, чем они бы происходили в рамках одной страны. Этот момент раскрывает природу международного бизнеса в целом. Международному бизнесу свойственны характеристики, существенно отличающиеся от внутреннего, среди которых: использование различных валют, что приводит как к дополнительным выгодам, так и к формированию неизбежных рисков, наличие неоднородной, а зачастую несовместимой законодательно-нормативной среды, различия в нравственно-культурной сфере, наличие доступных в той или иной стране ресурсов. Развитие международных экономических отношений определяется формированием и развитием форм международного бизнеса. В процессе исторического развития сформировались следующие традиционные формы международных экономических отношений:

- международная торговля товарами и услугами, включающая экспортные и импортные операции;
- интернациональное движение капитала и рабочей силы;
- создание совместных предприятий, формирование и развитие международных корпораций;
- международное научно-техническое сотрудничество.

Однако современные реалии мировой экономики характеризуются возникновением спонтанных процессов, формирующих новые структуры, представляющие собой элементы открытых, трансформирующихся экономик. Это связано с последними вызовами и угрозами, стоящими перед международным бизнесом, такими как турбулентность, рост неопределенности и сложности развития мировой рыночной конъюнктуры. С другой стороны, усиление влияния глобализационных процессов на бизнес открывает новые перспективы и возможности, что прежде всего связано с выходом международных компаний на новый уровень конкуренции и сотрудничества в условиях быстро изменяющейся среды. В этих условиях традиционные формы и методы ведения дел становятся неэффективными и постоянно замещаются новыми. В глобальной конкурентной борьбе международный бизнес вынужден адаптироваться к новым условиям, трансформируя старые и формируя новые формы организации международных экономических отношений. Представляется интересным рассмотреть и изучить новые формы организации международного бизнеса на примере аграрного сектора государства Бенин.

Методы

В современной мировой экономической системе появляются новые формы интеграции и сотрудничества, позволяющие обойти внешние и внутренние ограничения, увеличивать экономическую отдачу бизнеса в транснациональном масштабе. Глобализация всегда являлась основой деятельности международных корпораций, и своими истоками уходит в историю, однако только в последнее время международный бизнес отчетливо и жестко ощущает на себе влияние глобализационных процессов. Связано это не только с усилением международной интеграции, расширением кооперационных связей бизнеса, усилением научно-технического сотрудничества, но и новым технологическим давлением, обусловленным быстрым ростом цифровой среды.

Рассмотрим подробнее факторы формирования новых организационных форм ведения международного бизнеса. Во-первых, существенное влияние на трансформацию мирового бизнеса оказывают интеграционные процессы мировой индустрии, ощущается все возрастающая связь науки и производства, что вынуждает компании иначе формировать международные связи. Ключевую роль приобретают технические отношения между компаниями-кооператорами, такими как научно-исследовательские структуры, разработчики и конструкторские бюро, организациями, проводящими маркетинговые исследования и прочими. Во-вторых, современное экономическое пространство, основанное на интеграционных процессах, характеризуется усилением международного разделения труда, что заставляет искать новые формы международного сотрудничества не только на этапе производства продукции, но и на других этапах жизненного цикла товара [6]. Международные кооперационные сети все больше расширяются как по охвату компаний, так и по масштабам формируемых отношений. Следующая группа факторов, которую необходимо рассмотреть институциональные. Изменения мирового экономического пространства зачастую очень скоротечны и значительны, это предъявляет новые требования к институциональной среде. Старые инертные формы не в состоянии быстро перестроиться и удовлетворить интересы современного бизнеса, что вынуждает компании использовать в своей деятельности еще не сформировавшиеся структуры, в том числе теневые и нелегальные. Кроме прочего, существенным фактором формирования новых форм организации международного бизнеса выступают процессы цифровизации (рис. 1).



Рис. 1. Факторы, влияющие на формирование новых организационных форм международного бизнеса (составлен авторами на основе [3])

Развитие цифровых процессов в современном обществе существенно повлияло на систему экономических отношений, в целом, и систему международных отношений, в частности. Сегодня потребителю, без значительных затрат, доступен товар, произведенный в любой точке мира, что предопределяет новые по содержанию формы и методы конкурентной борьбы. Они содержат в себе не только традиционные элементы, но и порожденные сложными процессами международного сотрудничества. Становятся доступными конкурентные преимущества, реализованные на основе эффекта синергии, использования, как материальных основ, так и нематериальных активов, продукта эффективного менеджмента в новых условиях.

Результаты

Таким образом, появление новых форм организации международного бизнеса, изучение их сущности и взаимосвязи с традиционными формами представляет значительный научный и практический интерес. Изучением данной проблемы занимается значительное число учёных, среди которых можно выделить А.А. Демину, С.Н. Блудову, Д.Е. Терещенко, Н.П. Матыцину, S. Collinson, P. Buckley, J. Dunning. Однако, несмотря на растущий интерес к данной проблеме, многие вопросы остаются не выясненными [3]. В процессе развития мирового сотрудничества произошло значительное увеличение масштабов мирового производства. Констатация данного факта позволяет утверждать, что новые формы организации международного бизнеса сосредоточены не на самой компании, а сети ее партнеров, реализующих общий или сопряженный бизнес [5]. В процессе сотрудничества становятся доступными конкурентные преимущества своих партнеров. Исходя из этого, представляется возможным выделить, на наш взгляд, наиболее перспективные формы организации международного бизнеса.

1. Развитие международных экономических сетей. Можно представить, как форму организации бизнеса со множественным взаимодействующими компаниями, основанную на кооперационных связях и краткосрочной стабильности, что предоставляет возможность доступа к инновационным ресурсам и конкурентным преимуществам своих партнеров.

2. Формирование международных стратегических альянсов. Заключается в создании организационных форм, направленных на достижение общих или взаимодополняющих целей участников объединения. Такими целями могут выступать: совместная борьба с конкурентами, удовлетворение взаимных интересов и прочее.

3. Развитие рыночной стратегии, основанной на онлайн-рынках. В современном мире значительное число компаний добиваются успеха за рубежом, не прибегая к значительным инвестициям, а в ряде случаев ограничивая свою деятельность в пределах отечества. Эта модель опирается на сводный доступ к необходимой рыночной информации и легкому перемещению необходимых ресурсов.

4. Формирование институциональной среды, основанной на принципах цифровизации. Традиционные инертные формы не способны адаптироваться к условиям быстро изменяющейся рыночной среды, в условиях развития цифровых технологий. Представляется важным развивать структуры, основанные на принципах цифровизации и формирующихся экосистем, отличающихся гибкостью и свободным доступом к глобальной экономической информации.

Государство Бенин – аграрное государство западной Африки, около половины экономически активного населения занято в аграрном секторе, продукция которого составляет значительную долю экспорта. Аграрный сектор представлен растениеводством, животноводством и лесным хозяйством. Общая площадь земельных угодий около 112,9 кв. км. из них сельхоз угодья 35,07% (в т.ч. пахотных 24,8%), лесные угодья 27,4%. Доля ВВП, созданная в аграрном секторе в 2022 году 4,68 млрд долл., что составляет 26,9% [7]. Динамика данного показателя представлена на рис. 2.

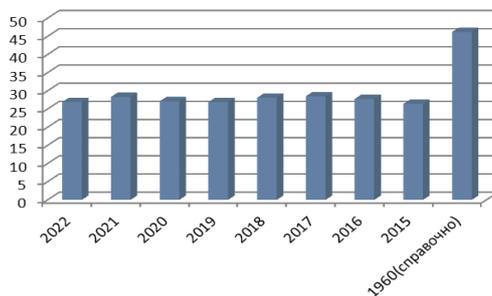


Рис. 2. Динамика доли аграрного сектора в ВВП (составлен авторами на основе [7])

Основными видами продукции аграрного сектора являются хлопок, кофе, ананасы, бананы, кукуруза, манго, рис, ямс, табак, продукция животноводства, древесина. Эффективность аграрного сектора представлена в табл. 1.

Таблица 1

Основные показатели эффективности сельхозпроизводства государства Бенин (составлена авторами на основе [7])

| Год | Индекс производства с/х продукции, % | Индекс производства продукции растениеводства, % | Индекс производства продукции животноводства, % | Урожайность зерновых, ц./га. |
|------|--------------------------------------|--|---|------------------------------|
| 2021 | 119,2 | 129,2 | 107,5 | 1,3 |
| 2020 | 114,7 | 122,3 | 121,4 | 1,4 |
| 2019 | 117,3 | 124,7 | 118,2 | 1,4 |
| 2018 | 109,5 | 117,2 | 106,8 | 1,2 |
| 2017 | 104,6 | 110,4 | 104,8 | 1,4 |
| 2016 | 102,1 | 92,2 | 102,3 | 1,4 |
| 2015 | 94,9 | 103,7 | 100,3 | 1,4 |
| 2014 | 103,1 | 97,7 | 97,4 | 1,3 |
| 2013 | 99,3 | 88,9 | 97,5 | 1,4 |
| 2012 | 91,7 | 83,1 | 92,5 | 1,4 |
| 2011 | 85 | 758,8 | 89,4 | 1,5 |

Обобщая изучение аграрного сектора государства Бенин, возможно заключить, что доля аграрного сектора в структуре экономики страны существенно снизилась за последние десятилетия, сельское хозяйство не отличается продуктивностью из-за низкой урожайности. Кроме этого, развитие аграрного сектора не отличается устойчивостью, что характеризуется влиянием внешних экономических факторов, особенно это заметно на примере 2020-2021 гг. когда мировая экономическая система противостояла вызовам нерыночных факторов, таких как Covid 19, что подтверждает наш тезис о формировании новых форм международного сотрудничества [10]. Основные товарно-номенклатурные группы внешней торговли государства Бенин, по состоянию на 2022 год, представлены в табл. 2.

Таблица 2

Структура внешнеэкономических операций государства Бенин, на 2022 год (составлена авторами на основе [6])

| Экспорт | | | Импорт | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------|----------------------------|--------------------------|-------------------|
| Товарная группа | Объем экспорт, млн долл. | Доля в экспорте, % | Товарная группа | Объем импорта, млн долл. | Доля в импорте, % |
| хлопок | 591 | 66 | злаки | 708 | 19,4 |
| масличные семена и плоды | 51 | 5,74 | топливо | 698 | 19,1 |
| Черные металлы | 40 | 4,52 | продукция машиностроения | 573 | 15,76 |
| нефть и нефтепродукты | 38 | 4,27 | фармацевтическая продукция | 167 | 4,59 |
| фрукты и орехи | 34 | 3,89 | электрооборудование | 155 | 4,25 |
| древесина | 26 | 2,99 | удобрения | 142 | 3,91 |
| Растительные жиры | 18,1 | 2,03 | мясо и мясные продукты | 110 | 3,02 |

Таким образом, государство Бенин активно участвует в международном сотрудничестве, аграрный сектор представлен во внешней торговле достаточно разнообразно. Тем не менее, существуют основания утверждать, что организация международного бизнеса аграрной сферы организовано с использованием старых традиционных форм, что характерно для большинства государств Западной Африки, это наглядно демонстрирует структура экспортно-импортных операций [11].

Рассматривая особенности международного бизнеса в агросфере, представим основные страны-партнеры государства Бенин (табл. 3). Основными торговыми партнерами в аграрной сфере государства Бенин выступают Бангладеш, Индия и Китай. Последние два являются одновременно и значимыми импортерами, что увеличивает эффективность международных операций. Необходимо отметить, что в 2022 году поставки из России в Бенин существенно увеличились (более чем на 35%) и составили около 20,9 млн долл., что в структуре импорта Бенин составляет около 0,5%. Торговые интересы двух государств взаимонаправлены и могут быть согласованы, Россия может предоставить африканскому государству необходимые продовольственные поставки на долгосрочной основе. Российский агробизнес может выступить драйвером развития агросферы Бенин на качественно новом уровне, продукция машиностроения и химической промышленности востребована на африканском континенте [12]. Взамен Бенин может предложить стратегическое сельскохозяйственное сырье, такое как хлопок.

Таблица 3

Основные международные партнеры государства Бенин (составлена авторами на основе [6])

| Экспортеры | Объем, млн долл. | Доля в экспорте,% | Импортеры | Объем, млн долл. | Доля в импорте,% |
|------------|------------------|-------------------|-----------|------------------|------------------|
| Бангладеш | 405 | 45 | Индия | 573 | 15,7 |
| Индия | 106 | 11,8 | Китай | 478 | 13,1 |
| Китай | 54 | 6,12 | Франция | 295 | 8,09 |
| Египет | 39 | 4,45 | ОАЭ | 244 | 6,69 |
| Пакистан | 37 | 4,17 | Нигерия | 185 | 5,07 |

Аналитические источники оценивают потенциальные перспективы российских компаний на рынке Бенин: около 600 млн долл., что в нынешнем объеме импорта может составлять около 17% [5]. Другими словами, изменяя форму взаимодействия с иностранными партнерами, доля российских компаний на рынке Бенин может увеличиться более чем в 30 раз. Это особенно важно в условиях возрастающих интересов России в африканском регионе.

Обсуждение

Обобщая рассмотрение международного бизнеса в аграрной сфере государства Бенин, представляется возможным сформулировать следующий вывод. Внешние международные связи Бенин в аграрной сфере формируются на основании старых, традиционных форм международного бизнеса, доставшихся в наследство от колониального прошлого и периода освободительных революций. Они не способны адаптироваться к национальным особенностям, существенно зависимы от влияния внешних конъюнктурных факторов, не учитывают потребностей быстро изменяющегося цифрового экономического пространства. На основании этого утверждения, предлагается внедрение в практику международного агробизнеса государства Бенин новых прогрессивных форм и методов организации международного сотрудничества, направленных на повышение эффективности международных операций, в целом, и с Российской Федерацией, в частности. Во-первых, необходимо создать адаптивную сетевую модель ведения бизнеса, основанную на цифровых технологиях и цифровых методах принятия решения, что позволит расширить экономические возможности участников этих отношений и укрепит конкурентные преимущества каждого из участников. Во-вторых, формирование новой цифровой институциональной структуры, основанной на принципах цифровых технологий, открывает новые возможности для участников международного агробизнеса. Российские агропредприниматели в попытке увеличения экономической отдачи капитала, как показывает практика, готовы не только инвестировать в зарубежные агропредприятия, но и предложить такие ресурсы, как накопленный опыт реформирования и развития агросферы, современные агротехнологии, способы отбора перспективных направлений агробизнеса. В свою очередь аграрный сектор государства Бенин получает возможность новых конкурентных преимуществ, формируемых посредством ресурсов новых международных партнеров, а также относительно стабильные и долговременные связи. Для этого необходима реализация проектов в формировании новых цифровых институтов, эко-систем, стартовых площадок, согласующих интересы международных партнеров именно в цифровой среде. Подобно тому, как индустриализация выступила локомотивом общественного развития в 19 веке, внедрение цифровых технологий в совокупности с возможностями международных партнеров позволит отстающим аграрным государствам, таким как Бенин, минуя стадию промышленного развития, интегрироваться в современном экономическом мире.

Заключение

Современные реалии вынуждают каждое государство формировать и поддерживать собственную адаптивную бизнес модель, трансформировать сложившиеся отношения с международными партнерами и прежде всего международными корпорациями. В последнее время можем наблюдать более четкие очертания бизнес модели, основанной на сетевых базисах глобальной интеграции. Данная модель разрешает проблему выбора централизованной и децентрализованной структуры, посредством создания региональных узловых центров, расположенных в экономически значимых регионах. Такая модель все больше востребована в последнее время, особенно в практике динамично развивающихся международных корпораций, стремящихся одновременно внедрять несколько альтернативных бизнес моделей на своих рынках.

Литература

1. Владимирова И.Г. Организационные формы международного бизнеса: российская практика // Менеджмент в России и за рубежом, 1998. – № 1.
2. Горда О.С., Горда А.С. Трансформация форм международного бизнеса // Экономика и бизнес: теория и практика, 2017. – № 3. – С. 34-37.
3. Скрипнюк Д.Ф., Смелкова И.Ю. Основы развития новейших форм международного бизнеса в условиях глобализации // Фундаментальные исследования, 2023. – № 3. – С. 29-33.
4. Хаханов Ю.М. Межорганизационное сотрудничество стратегия альянсов // Вестник Московского университета. – № 1.
5. Цветкова Н.Н. Развитие цифровой экономики: страны Азии и Африки. Кн.1, Москва: ИВ РАН, 2021. – 356 с.
6. Шевченко И.В., Малахова Т.С., Малахов В.С. Геостратегическое экономическое взаимодействие группы стран БРИКС: национальные интересы и приоритеты // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, 2017. – Т. 13. – Вып. 5. – С. 949-961.
7. Данные Всемирного Банка. Статистический сборник за 2022 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://projects.vsemirnyjbank.org/ru/projects-operations/project-country>.
8. Отчет агентства Agroexport, [Электронный ресурс]. URL: <http://aemcx.ru>.

9. Статистический сборник TrendEconomy, [Электронный ресурс]. URL: <http://trendeconomy.ru>.

10. The New Scramble for Africa // Economist 2019 [Электронный ресурс]. URL: <http://economist.com/leaders/2019/03/07/the-new-scramble-for-africa>.

11. Fituni L., Abramova I. Patterns of Formation and Transition of Models of Global Economic Development // African Studies in Russia: Works of the Institute for African Studies of the Russian Academy of Sciences. Moscow, Institute for African Studies RAS, 2014. – P. 5-24.

12. Biesheuvel T., Fedorinova Y. Russian Diamond Giant Alrosa Is Going Back to Zimbabwe // Bloomberg, 2019. [Электронный ресурс]. URL: <http://bloomberg.com/news/articles/2019-01-14/russian-diamond-giant-alrosa-is-going-back-to-zimbabwe>.

УДК 339.97

А.К. Семенухин

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИИ И КИТАЯ В НЕФТЯНОМ СЕКТОРЕ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

А.К. Semenikhin

TRADE AND ECONOMIC COOPERATION BETWEEN RUSSIA AND CHINA IN THE OIL SECTOR: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Ключевые слова: международная торговля, нефтяная отрасль, зеленая энергетика, Китай, Россия, торгово-экономическое сотрудничество, внешняя торговля, санкционные ограничения.

Keywords: international trade, oil industry, green energy, China, Russia, trade and economic cooperation, foreign trade, sanctions restrictions.

Цель: определить наличие потенциала для российских экспортеров нефти на китайском рынке, в том числе в условиях «озеленения» китайской экономики. Обсуждение: в статье рассматриваются основные тренды развития российско-китайских отношений, которые продемонстрировали свою устойчивость в период санкционных ограничений. Согласно официальным статистическим данным российский энергетический экспорт переориентировался со стран Евросоюза на китайский рынок. Это требует от обеих сторон проведения совместных мероприятий по совершенствованию и расширению возможностей по транспортировке российской нефти в Китай. Кроме того, отмечается необходимость учета российскими экспортерами нефти проводимой в Китае политики по «озеленению» экономики, а также участия в углеродно-отрицательных проектах Китая. Результаты: на основе комплексного анализа торгово-экономических отношений России и Китая, а также тенденций развития энергетического рынка Китая, определен потенциал китайского рынка для российских экспортеров нефти.

Purpose: to determine the potential for Russian oil exporters in the Chinese market, including the context of the "greening" of the Chinese economy. Discussion: the article examines the main trends in the development of Russian-Chinese relations, which have demonstrated their stability during the period of sanctions restrictions. According to official statistics, Russian energy exports have shifted from the EU countries to the Chinese market. This requires both sides to take joint measures to improve and expand the possibilities for transporting Russian oil to China. In addition, it is noted that Russian oil exporters need to take into account the policy of greening the economy in China, as well as participation in China's carbon-negative projects. Results: based on a comprehensive analysis of trade and economic relations between Russia and China, as well as trends in the development of the Chinese energy market, the potential of the Chinese market for Russian oil exporters has been determined.

Электронный адрес: Sasha-chess@mail.ru

Введение

В настоящее время российская экономика столкнулась с существенными вызовами ввиду колоссального санкционного давления странами Запада. Несмотря на это, торгово-экономическое сотрудничество России и Китая развивается позитивно и динамично. Большое значение для российско-китайских отношений имеет тесное сотрудничество на высшем межправительственном уровне. Согласно Совместному заявлению Российской Федерации и Китайской Народной Республики об углублении отношений всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия, вступающих в новую эпоху, от 21 марта 2023 г., страны выступают за взаимовыгодное концептуальное сотрудничество во многих основных отраслях, при этом не формируя блокового и конфронтационного характера, и их сотрудничество не направлено против третьих стран [5]. Один из пунктов Совместного заявления определяет новый уровень энергетического сотрудничества в области нефтегазовой, угольной, электроэнергетической, атомной и других сферах, а также инициатив, способствующих снижению выбросов парниковых газов. Несмотря на уже существенный уровень сотрудничества в нефтегазовой сфере, страны выступают за дальнейшее его углубление с учетом национальных интересов. Актуальность данного исследования обоснована переориентацией углеводородного экспорта России со стран Евросоюза на азиатские рынки, в частности китайский, и, как следствие, необходимостью комплексного понимания его потенциала, вызовов и возможностей для российских экспортеров нефти. Вместе с тем экономика Китая в настоящее время проходит энергетическую трансформацию, в связи с чем его стремление к углеродной нейтральности должно рассматриваться российскими экспортерами нефти как одна из ключевых проблем, требующих комплексного понимания при выборе стратегий развития экспорта. Рассматриваемая в данной статье проблематика вызывает высокий интерес представителей научного сообщества. В особенности стоит отметить работы Л.Б. Вардомского [1], С.А. Гусаровой [2], В.П. Клавдиенко [3] и других.

Методы

В качестве методологической и информационной базы исследования выступают мнения и оценки экспертов в сфере мировой экономики и государственных деятелей, официальные статистические материалы государственных и международных источников, полученные с помощью метода научного поиска. Используются научные методы исследования: методы обобщения, сравнения, графической интерпретации.

Результаты

Необходимо отметить, что значимость торгового сотрудничества России и Китая вышла на новый уровень после развязывания санкционной борьбы странами коллективного запада. В 2022 году Китай обошел Евросоюз и стал крупнейшим торговым партнером Российской Федерации [4]. В 2023 году объем товарооборота между Россией и Китаем составил рекордное значение 240,11 млрд долл. Прирост по отношению к прошлому году составил 26,3% [19]. Этот результат говорит о действительно прочном торговом сотрудничестве и последовательном выполнении намеченных целей: в июне 2021 г. Президент Российской Федерации В.В. Путин представил задачу достичь объема взаимной торговли с Китаем в размере 200 млрд долл. к 2024 году [13]. Данная задача была перевыполнена уже в 2023 году. По итогам 2023 года Россия стала лидером среди экспортеров сырой нефти в Китай. Объемы поставок составили 107 млн т нефти, что в стоимостном эквиваленте обеспечило 60,6 млрд долл. Таким образом, прирост российских поставок нефти составил 20,8 млн т нефти (+24,1%) и 2,2 млрд долл. (+3,8%) [20]. Китай является сильным партнером для российских экспортеров нефти. В последнее десятилетие Китай демонстрировал стремительный рост ежедневного потребления сырой нефти. По итогам 2022 года доля

Китай в дневном потреблении нефти составила 14,3%, а среднегодовой темп прироста потребления в период 2012–2022 гг. составил 3,6% (при среднемировом темпе прироста на уровне 1%). Исключением является 2022 год, когда из-за антиковидных мер был ограничен спрос на потребление нефти. Вместе с тем за аналогичный период времени наблюдается и среднегодовое сокращение объемов нефтедобычи в Китае. По итогам 2022 года Китай занимает 4,4% мировой нефтедобычи, а ее объемы в среднем упали на 0,1% по сравнению с 2012 годом. Таким образом, наблюдается существенный рост китайского спроса на импорт нефти: с 5,97 тыс. барр./день в 2012 году до 10,26 тыс. барр./день в 2022 году (+71,86%). Поэтому можно прогнозировать и дальнейший рост потенциала китайского рынка для экспортеров нефти. В частности, по прогнозу Международного энергетического агентства к 2027 году ожидается рост спроса на нефть на 20% по сравнению с 2022 годом [12]. Напротив, разница между объемом добычи и потребления нефти в Российской Федерации позволяет покрывать значительную долю дополнительной нефтепотребности Китая. По итогам 2022 года разница между объемом производства и внутреннего потребления нефти в России составила 7,62 тыс. барр./день, или около 75% китайского спроса на нефтяной импорт. Наглядно рост спроса на нефть на рынке Китая представлен на рисунке.

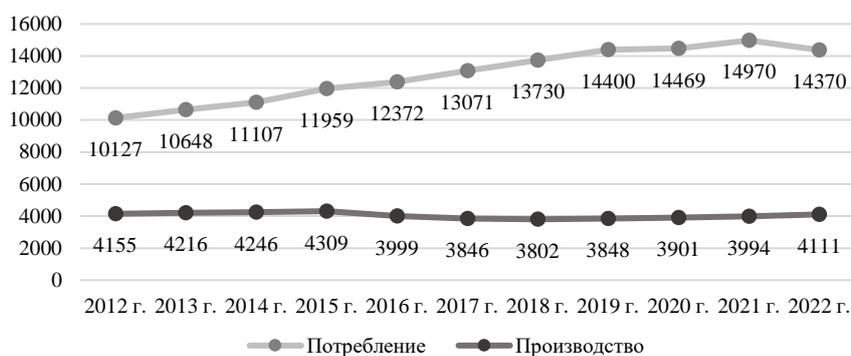


Рисунок Среднегодовые дневные объемы потребления/добычи сырой нефти в Китае, тыс. барр.

Китай действительно заинтересован в импорте российской нефти, т.к. получает ее с некоторым дисконтом. Потребление нефти не ограничивается внутренней экономикой – Китай активно производит нефтепродукты для дальнейшего экспорта в Европу [2]. Вместе с положительной для экспорта динамикой потребления и производства нефти в Китае важным является вопрос инфраструктуры и цепочек поставок. Безусловно, переориентация европейских поставок российской нефти на Восток стала дополнительным вызовом для транспортной инфраструктуры. В связи с этим, ключевым вопросом также является обеспечение транспортной потребности экспортеров нефти. Важной составляющей развития транспортировочных мощностей на Дальнем Востоке стал пуск второй очереди нефтепровода ВСТО-1 в 2018 году, а также ВСТО-2 от Сковородино до порта Козьмино [1]. С целью развития инфраструктуры транспортировки нефти в России был утвержден план расширения нефтеэкспортной инфраструктуры на период до 2026 года [6]. Для наращивания объемов поставок нефти в страны АТР реализован проект расширения порта Козьмино на более чем 10% с учетом трубопроводной инфраструктуры. Уже по итогам 2023 года наблюдается рост объемов перевалки нефти через этот порт (+1,4% к 2022 году). Суммарно объем перевалки составил 42,6 млн т нефти, а потенциал Козьмино составляет 50 млн т нефти. В 2024 году ожидается следующее существенное увеличение объемов перевалки через Козьмино до 46 млн т нефти (+8% к 2023 году) [12]. Также отмечается и развитие магистральных нефтепроводов. Рост мощностей магистральных нефтепроводов к 2026 году ожидается на уровне 32 млн т нефти, а в эксплуатацию дополнительно будет введено около 600 км новых нефтепроводов.

Позитивное сотрудничество России и Китая безусловно должно учитывать и текущие вызовы глобальной экономики. Декарбонизация мировой экономики, безусловно, является одним из этих трендов глобального развития. Поддержание инициатив, способствующих снижению выбросов парниковых газов, является, в том числе, одним из пунктов Совместного заявления Российской Федерации и Китайской Народной Республики от 21 марта 2023 года. Вместе с тем переход к «зеленой» энергетике становится определенным риском для текущих производителей и экспортеров нефти, поэтому должен учитываться российскими нефтяниками. Определенным лидером по объему возобновляемой энергетики является Китай. 14 пятилетка Китая (2021–2025 гг.) предполагает достижение целевого показателя использования возобновляемой энергетики 33% от общего объема энергопотребления к 2025 году. Пиковое значение выбросов углекислого газа предполагается достичь к 2030 году, а к 2060 году Китай планирует перейти к углеродной нейтральности. Такие планы были озвучены председателем КНР Си Цзиньпином на 75 сессии Генеральной Ассамблеи ООН [17]. Также в 2021 году был представлен «План действий по достижению пикового уровня выбросов углекислого газа до 2030 года в КНР». Согласно Плану, к 2030 году Китай планирует добиться следующих энергетических успехов:

- доля неископаемых источников энергии должна составить около 25%;
- сокращение выбросов углекислого газа на единицу ВВП более чем на 65% по сравнению с уровнем 2005 года;
- общая установленная мощность ветровой и солнечной энергетики превысит 1200 ГВт;
- достижение пика потребления нефти для наземного транспорта до 2030 года, а доля транспортных средств, работающих на новых и экологически чистых источниках энергии, достигнет примерно 40%;
- не менее 70% поездок в городах с постоянным населением от миллиона человек будут осуществляться экологически чистыми способами;
- удержание внутренних мощностей по первичной переработке сырой нефти на уровне ниже 1 млрд метрических т и др.

Стратегические шаги по развитию «зеленой» энергетики также сопровождаются и существенными вложениями. За период с 2015 по 2030 г. Китай потратит на проекты в области «зеленой» энергии около 2,5 трлн долл. [7]. Также Китай является мировым лидером по инвестициям в «зеленую» энергетику. Его доля составляет 37%, значительно опережая США (13%) и всех европейских стран (22%) [3]. Безусловным драйвером роста инвестиций в «зеленую» энергетику Китая является

успешная и активная политика китайского правительства, уже имеющиеся успехи в данном направлении, а также стремительный общий рост экономики Китая. Страна уже сейчас имеет неоспоримые успехи в освоении и развитии «зеленой» энергетики. За прошедшие 10 лет (2012-2022 гг.) суммарная установленная мощность возобновляемой энергетики превысила 1160 ГВт, увеличившись в 3,5 раза [3]. Рост ежедневного потребления нефти в Китае за аналогичный промежуток времени показал существенно меньшее значение на уровне 3,6%. Тем не менее, кардинального замещения невозобновляемых источников энергии, таких как нефть, возобновляемыми не наблюдается. В целом, рост нефтепотребления Китаем остается стабильно положительным. Однако необходимо отметить, что заявленные энергетические цели Китая реализуются с опережением. Согласно 13 пятилетке к 2020 году было запланировано снизить долю потребления угля в структуре энергопотребления до 58%. Данная цель была достигнута даже с опережением – в 2019 году его доля составила 57,7%. В целом декарбонизация китайской экономики происходит преимущественно за счет снижения доли потребления угля, что позволяет говорить о несущественных рисках для российских экспортеров нефти в краткосрочной перспективе. Наряду с изменением структуры энергопотребления увеличивается и совокупное потребление энергии. Так, за прошедшее десятилетие (2012-2022 гг.) энергопотребление в Китае возросло на 34,53% с 4.021.380 до 5.410.000 тыс. т угля эквивалента. Таким образом, даже несмотря на снижение в относительном значении угольного потребления с 68,5% до 56,2%, абсолютное значение его потребления увеличилось наряду с совокупным энергопотреблением. Аналогичный вывод можно сделать и по другим источникам энергии. Общий экономический рост Китая (5,2% ВВП в 2023 году, 3% ВВП в 2022 году), а также по прогнозу Международного валютного фонда 4,6% в 2024 году [18], будет способствовать росту основных статей потребления нефти в Китае: промышленности, транспорта и строительства, которые совокупно составляют около 80% всего потребления нефти [19]. Это позволит поддерживать высокую потребность в нефти несмотря на ввод новых «зеленых» энергетических установок.

Обсуждение

В рамках проведенного исследования было определено, что китайский рынок действительно имеет существенный потенциал для российских экспортеров нефти. Именно поэтому необходимо и дальше углублять сотрудничество в сфере торговли нефтью, совершенствовать и расширять логистические возможности для обеспечения возрастающего спроса на поставки российской нефти в Китай. Реализация последовательной стратегии по увеличению поставок нефти на китайский рынок, а также развитие транспортной инфраструктуры под потребность позволят обеспечить стабильные экспортные позиции России на нефтяном рынке Китая. «Озеленение» китайской экономики вместе с планами по достижению углеродной нейтральности не означают отказ от потребления нефти. Компании могут минимизировать вредные выбросы в атмосферу за счет повышения экологичности самих производств, а также за счет реализации углеродно-отрицательных проектов. Так, Китай планирует увеличить лесной покров до 26% к 2035 году (при текущем значении около 24%), а к 2050 году стать лидирующей страной в лесном хозяйстве [9]. Успешная реализация углеродно-отрицательных проектов в Китае может положительно сказаться на потреблении нефти в стране и приближать достижение углеродной нейтральности не исключительно за счет снижения выбросов углерода в атмосферу, но и за счет его поглощения. Именно поэтому «озеленение» китайской экономики должно рассматриваться российскими экспортерами нефти как значимый фактор развития торговых отношений, но при текущей тенденции декарбонизации экономики Китая он не несет существенных рисков российским компаниям. Также для российских экспортеров нефти видится целесообразным участие в углеродно-отрицательных проектах Китая. Это позволит ускорить приближение к углеродной нейтральности Китая за счет поглощения углерода, а не снижения его выбросов, тем самым повысив потенциал для расширения объемов потребления нефти.

Заключение

Динамичное развитие торгово-экономических отношений России и Китая наблюдается особенно активно на протяжении последних лет. Китайский рынок во многом заменил для российских экспортеров рынки «недружественных» стран, в частности ЕС. Совместные усилия двух стран демонстрируют весьма существенные достижения во взаимной торговле – по итогам 2023 года Россия стала крупнейшим экспортером нефти в Китай. Это требует и одновременно стало возможным благодаря развитию и совершенствованию логистической инфраструктуры для поставок на китайский рынок, а также существенному росту китайской экономики. Вместе с тем Китай является лидером по возобновляемой энергетике, а также реализует долгосрочную политику по декарбонизации экономики. Однако, в настоящее время эти факторы не несут рисков для российских экспортеров нефти, а в целом потенциал китайского рынка для российских экспортеров нефти является высоким.

Литература

1. Вардомский Л.Б. Российско-китайские экономические связи в условиях растущей международной напряженности // Журнал Новой экономической ассоциации, 2023. – № 1. – С. 142–148.
2. Гусарова С.А. Россия и Китай: сотрудничество в нефтегазовой сфере // Экономические науки, 2023. – № 3. – С. 235–239.
3. Клавдиенко В.П. Возобновляемая энергетика Китая: тенденции, новации, перспективы // Вестник Института экономики Российской академии наук, 2023. – № 4. – С. 134–156.
4. Кнобель А.Ю., Фиранчук А.С. Предварительные итоги внешней торговли России в 2023 году. Товарооборот с Китаем [Электронный ресурс]. URL: <https://www.iep.ru/ru/monitoring/predvaritelnye-itogi-vneshney-torgovli-rossii-v-2023-godu-tovarooborot-s-kitaem.html>.
5. Совместное заявление Российской Федерации и Китайской Народной Республики об углублении отношений всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия, вступающих в новую эпоху, от 21 марта 2023 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/5920>.
6. В России план развития инфраструктуры экспорта нефти утвержден до 2026 года. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interfax.ru/business/891142>.
7. Зеленый путь вместо Шелкового. [Электронный ресурс]. URL: <https://oilcapital.ru/news/2023-04-11/zelenyy-put-vmesto-shelkovogo-2899470>.
8. Китай лидирует в мире по площади посаженных лесов. [Электронный ресурс]. URL: https://news.rambler.ru/world/49507011/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink.
9. Неслучайная церемония: банки КНР отказываются проводить платежи в долларах с РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://goldenfront.ru/articles/view/nesluchajnaya-ceremoniya-banki-knr-otkazyvayutsya-provodit-platezhi-v-dollarah-s-rf/>.
10. Официальный сайт Московской биржи [Электронный ресурс]. URL: <https://www.moex.com/>.
11. Официальный сайт ПАО «Роснефть» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosneft.ru/>.
12. Портовые мощности по отгрузке нефти в Китай и АТР вырастут на 14 млн т в год. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/12/21/1012182-portovie-moschnosti-po-otgruzke-nefti-v-kitai-i-atr-virastut?from=newsline>.

13. Путин: Россия и КНР могут выйти на товарооборот в \$200 млрд к 2024 году [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/politika/11574765>.
14. Российско-китайский диалог: модель 2023. Российский совета по международным делам [Электронный ресурс]. URL: <https://russiacouncil.ru/papers/Russia-China-2023-Report87.pdf>.
15. Россия и Китай перешли на расчеты в национальных валютах [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/business/news/2023/12/19/21958837.shtml>.
16. Рубль и юань заняли 95% во взаиморасчетах по торговым операциям между РФ и КНР [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interfax.ru/business/931340>.
17. Action Plan for Carbon Dioxide Peaking before 2030 // National Development and Reform Commission, People`s Republic of China, 2021.
18. IMF Raises China`s Growth Forecast for 2023 and 2024 Amid Rebound [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theglobaleconomics.com/2023/11/08/imfgrowth-forecast/>.
19. National Bureau of Statistics of China [Электронный ресурс]. URL: <https://www.stats.gov.cn/english/>.

5.2.6. МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 339.138

Д.В. Багнюк

ДРАЙВЕРЫ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧНОСТИ В МАРКЕТИНГОВОМ ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ ПРОДУКТОВЫХ РИТЕЙЛЕРОВ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

D.V. Bagnyuk

DRIVERS AND BARRIERS TO THE DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL FRIENDLINESS IN THE MARKETING POSITIONING OF FOOD RETAIL COMPANIES IN MODERN RUSSIA

Ключевые слова: экологический маркетинг, экопродукт, экологичность, устойчивое развитие, розничная торговля, маркетинговое позиционирование, «зеленый» маркетинг, потребление.

Keywords: environmental marketing, eco-product, environmental friendliness, sustainable development, retail, marketing positioning, green marketing, consumption.

Цель: исследовать существующие драйверы и барьеры реализации экологических практик в маркетинговой деятельности российских компаний, оперирующих в сфере продуктового ритейла. Обсуждение: в исследовании с помощью таких методов, как обобщение, синтез, классификация, формализация и системный анализ были рассмотрены данные вторичных источников, а именно: научных трудов, средств массовой информации и исследовательских агентств, которые позволили сформировать полноценную картину возможных стимулов развития и сдерживающих факторов для экосегмента в ритейле. Учет розничными продавцами «зеленых» интересов способен создать положительный имидж компании, повысить узнаваемость бренда и нарастить лояльность их клиентов. В то же время продуктовый ритейл – один из наиболее благоприятных экономических сегментов для применения экопозиционирования. Результаты: в табличном формате была произведена систематизация текущих драйверов и барьеров развития экологичности в продуктовом ритейле, представлены экспертные рекомендации по преодолению барьеров и использованию драйверов для завоевания конкурентных преимуществ. Важно, чтобы решения о том, как работать с тем или иным рыночным фактором, принимались ритейлерами индивидуально в зависимости от положения компании на рынке, ее маркетинговой политики, долгосрочных целей в формировании устойчивости и других аспектов деятельности.

Purpose: to explore the existing drivers and barriers to the implementation of environmental practices in the marketing activities of Russian companies operating in the food retail sector. Discussion: such methods as generalization, synthesis, classification, formalization and system analysis were used in this study to examine data from secondary sources, namely scientific works, mass media and research agencies, which allowed us to establish a complete picture of possible development incentives and constrains for the eco-segment in retail. Retailers' consideration of «green» interests can create a positive image of the company, increase brand awareness and build customer loyalty. At the same time, food retail is one of the most favorable economic segments for the use of eco-positioning. Results: the current drivers and barriers to the development of environmental friendliness in food retail were systematized in a tabular format, expert recommendations on overcoming barriers and using drivers to gain competitive advantages were provided. It is important that decisions of how to work with a particular market factor are made by retailers individually, depending on the company's position in the market, its marketing policy, long-term goals in building sustainability and other aspects of activity.

Электронный адрес: dv.bagnyuk@mail.ru

Введение

В современном мире все больше усиливается глобальное влияние фактора экологичности на маркетинговую деятельность компаний. Долгое время для описания социальной ответственности использовался термин КСО (корпоративная социальная ответственность), предложенный Г. Боуэном в 1953 году. Боуэн определил феномен КСО как «обязательства бизнесменов проводить такую политику, чтобы ее выполнение было направлено на деятельность, желательную с точки зрения ценностей всего общества» [17]. Тем не менее, КСО относилась скорее к корпоративным и социальным аспектам деятельности компании, упуская важность ее экологической повестки. Именно поэтому со временем концепция экологичности масштабировалась и в итоге в 2004 году приобрела форму ESG – набора экологических (environmental), социальных (social) и корпоративных (corporate) принципов для достижения общественного благосостояния. ESG стал эволюционным продолжением уже устоявшейся модели КСО, закрепившись на нормативном уровне в 17 Целях устойчивого развития ООН и иных климатических актах и соглашениях [19]. В 2011 году выходит книга, в которой классики маркетинг-менеджмента Ф. Котлер, Х. Картаджайя и А. Сетиаван также развивают социально-этическую концепцию, предлагая новый подход к современному маркетингу – через призму экологической ответственности [18]. В результате, в настоящее время создается и укореняется полноценный «зеленый» рынок, формируются сегменты экопотребителей, появляются новые маркетинговые стратегии ESG-позиционирования. Наиболее ярко все изменения заметны в ритейле, в частности – в FMCG-сегменте (быстро продающиеся продукты), за счет некоторых особенностей:

- относительно низкий уровень чистой прибыли, низкая маржинальность;
- высокий спрос, способствующий экономии от масштаба;
- высокая оборачиваемость и короткий жизненный цикл товаров;
- высокая заменимость товаров сабститутами.

Данные факторы позволяют ритейлерам быстрее внедрять изменения в свою деятельность, например, вводя в продажу экологичные товары. В связи с коротким жизненным циклом покупатель быстро реагирует на произошедшее изменение и, если внедрение было удачным, обеспечивает ритейлеру рост доли рынка в экосегменте. Высокая оборачиваемость в сочетании с высокой заменимостью и относительно небольшой ценой облегчают потребителю отказ от неэкологичных

практик, т.е. уменьшают издержки переключения. Передовые исследования рынка подтверждают тенденцию развития экологичности в ритейле. ООН в своем докладе «World Economic Situation and Prospects 2018» указывает, что рынок экологически чистых товаров стремительно развивается. Эксперты оценивают оборот мирового рынка экотоваров в 1,4-3 трлн евро в год, при этом около 30% мировой продукции составляют именно «зеленые» товары, прирост экорынка в отдельных странах достигает 5-10% ежегодно [20]. В России, согласно исследованию Nielsen в 2021 году, почти 30% респондентов отмечают, что стали потреблять больше здоровой пищи за последнее время. Средние темпы роста продаж органических продуктов оказались вдвое выше сопоставимых показателей роста продуктов, не относящихся к экологичным – 13% по сравнению с 6% [9]. Мировой рынок отдельно органических продуктов сегодня (по данным Национального органического союза РФ и FiBL на 2023 год) – это свыше 134 млрд долл. с ростом более, чем в 10 раз в период с 1999 по 2022 г. (рис. 1) [6]. Российский экорынок показывал в среднем на 10% в год с 2010 по 2014 г., но кризис 2014 года и ряд косвенных факторов привели к тому, что в 2015-2016 гг. экорынок снизил темпы роста приблизительно до 4% в год и восстановился в 2017-2019 гг. до роста на 7-8% ежегодно. В 2022-2023 гг. рост экопродаж остановился – эксперты связывают это с уходом с рынка импортеров [10].



Рис. 1. Состояние мирового рынка органической продукции [6]

Действительно, в наше время экологическая отрасль находится на подъеме, однако существуют как драйверы, так и барьеры для дальнейшего развития концепции экологичности у ритейлеров. В исследовании мы рассматриваем их применительно к российскому опыту и специфике ведения бизнеса российскими ритейлерами.

Методы

Методологической и теоретической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых, посвященных маркетинговому позиционированию компаний, «зеленым» стратегиям продвижения, брендингу и устойчивому развитию. Фактологическую, статистическую и информационную базу составили материалы публикаций в средствах массовой информации и данные исследовательских агентств, посвященные драйверам и барьерам развития экологичности. В исследовании использовались преимущественно теоретические методы познания: обобщение, синтез, классификация, формализация, системный анализ. Задействованы методы табличного и графического способа изложения материала для лучшей визуализации и систематизации полученных результатов.

Результаты

В результате изучения драйверов и барьеров развития экологичности в России у продуктовых ритейлеров были получены и систематизированы следующие экспертные мнения, статистические факты и научные изыскания. Фурсова А.В. в своем исследовании 2022 года «Современные тенденции формирования и развития маркетинговых стратегий» приходит к выводу, что в период с 2019 по 2022 г. произошло множество значимых событий, которые повлияли на цены, производство, покупательское поведение и способы потребления. Выбор «зеленых» маркетинговых стратегий и учет экологических интересов у современных компаний способен создать благоприятный имидж и повысить узнаваемость бренда, увеличить лояльность текущих клиентов, а также привлечь новых [15]. Терентьева Д.Ю. и Антипенкова Д.А., как и Фурсова А.В., считают, что выбор экологических практик – один из основных трендов развития FMCG. Всего же, по их мнению, тренды включают в себя 3 ключевых блока: рост экологичности, ориентация бизнеса и потребителей на здоровый образ жизни и осознанное потребление. В 2022 году на индустрию ритейла влияли регулярно меняющийся спрос, рост бизнес-модели дискаунтеров, повышение осмысленности потребления, расширение возможностей экспресс-доставки, трансформация и большая ориентация FMCG на онлайн-торговлю и развитие СТМ у наиболее крупных ритейлеров (собственных торговых марок) [14]. Факторы повышения осознанности в потреблении и смена поведения в сторону большей экологичности демонстрирует также исследование Колесниковой О.В. и Жоховой П.Е. в 2022 году. В нем авторы демонстрируют результаты опроса, который показывает, что именно продовольственные товары в большей степени являются той категорией, в которой покупатели готовы платить больше за потребительские свойства [3]. Исследователи также отмечают, что включение в рацион продуктов растительного происхождения для следования принципам устойчивого развития – наиболее сильный мотив для потребления экотоваров в России (рис. 2) [3]. Возможности для выбора продуктов здорового питания являются важным фактором для россиян – 62% обращают внимание на широту ассортимента экопродуктов при выборе ритейлера, 28% с большей вероятностью купят именно экопродукт [12]. Отрасль стимулирует изменение потребительского поведения покупателей, повышаются запросы на стандарты качества здорового питания и оказывается соответствующее давление на производителей. Происходит популяризация здорового образа жизни, растет недоверие к генетически модифицированным продуктам. По мнению Рушицкой О.Е., Носковой К.В., Фетисовой А.В. и Желвис С.А., основные сдерживающие факторы для стремительного роста [12]:

- завышение цен на экопродукты;
- отсутствие доверия потребителей к способу производства продуктов;

- непонимание потребителями отличий обычных продуктов от экологических
- нежелание потребителей менять свои устоявшиеся привычки.



Рис. 2. Ответ респондентов на вопрос: «В какой степени вы согласны или не согласны с приведенными ниже утверждениями, связанными к выбору товаров, произведенных в соответствии с принципами устойчивого развития» [3]

Потенциал России в развитии экологичности обусловлен двумя причинами [12].

1. Обширная территория России с благоприятной экологической ситуацией, высокий потенциал использования флоры и фауны, высокая водная обеспеченность.
2. Высокий сельскохозяйственный потенциал ввиду того, что около 40% территорий в России выведено из сельскохозяйственного оборота, хотя в целом площадь продуктивных земель России составляет 11% от общемирового (примерно 9 млн кв. км.).

Сандракова И.В. и Резниченко И.Ю. в 2019 году проводят анкетирование для выявления атрибутов потребителей экопродуктов здорового питания в России. По его результатам оказывается, что основные барьеры выбора экопродукта – это [13]:

- боязнь подделки (33%);
- высокая цена (19%);
- небольшой срок годности (18%);
- несоответствие вкусовым предпочтениям (14%);
- низкая осведомленность о данных продуктах (11%);
- отсутствие рекламы (5%).

Результаты данного анкетирования дополняют и подтверждают выводы других исследователей о барьерах развития экологичности в России. Барьеры и драйверы развития экологической концепции в ритейле активно обсуждаются и в бизнес-среде. Так, в 2018 году в Москве прошел семинар «Развитие зеленого ассортимента в российском ритейле: от поставщиков к покупателям», в котором приняли участие крупнейшие российские и международные компании. В ходе семинара было установлено, что в России растет доля экологически ответственных покупателей, что является одним из ключевых драйверов развития «зеленого» сегмента. Кроме того, эксперты выявили, что большинство ритейлеров в России придерживаются нескольких подходов к созданию «зеленого» ассортимента, выбирая как один, так и сразу несколько из них: экомаркировка продукции и независимая сертификация, предъявление высоких экологических требований к поставщикам, создание полноценного «зеленого» позиционирования от разработки продукта до коммуникации с потребителями и организация «экополюс» для экопродуктов [10].

Исследование «Экологического союза и Экобюро GREENS» показало, что стимулом для развития также может служить то, что около 40% экопотребителей готовы покупать «зеленую» продукцию на 30% дороже обычной. Почти 80% респондентов отметили, что обращают внимание на независимую экомаркировку и считают ее наиболее важным признаком экологичности. Наконец, для 83% респондентов важно, что экотовар не наносит вреда природе и здоровью человека [11]. К барьерам было отнесено то, что 46,54% потребителей не доверяют заявлениям производителей, то есть опасаются гринвошинга (greenwashing) – «зеленого отмывания» брендов, любых способов, которые приводят к тому, что у потребителя складывается ложное впечатление об экологичности бренда. Другой барьер – доступ к экотоварам (64,46% заявили, что им трудно найти в магазинах «зеленую» продукцию). Кроме того, на семинаре была отмечена проблема недостаточно высокого уровня понимания как ритейлерами, так и потребителями экологического подхода. Многие из этих барьеров также указываются в научном дайджесте «Органическое сельское хозяйство: позиции и перспективы России на фоне мировых трендов» РАНХиГС в 2022 году: на данный момент экологические продукты потребляют лишь 1% россиян, а по самым оптимистичным оценкам к 2030 году только 5% российских потребителей будут покупать органику. Барьеры на этом рынке в России [8].

1. Высокие цены на экологические продукты. В среднем, экопродукт в России стоит в 1,5-3 раза дороже обычного продукта. Снижение реальных располагаемых доходов населения и инфляция также способствуют дополнительной экономии и сдерживают рост.
2. Малое количество экологически аккредитованных компаний и инспекторов.
3. Сложность и зачастую невозможность торговли импортными экопродуктами, начиная с 2022 года.
4. Малая финансовая поддержка отрасли, особенно на региональном уровне. Субсидии на покупку органических удобрений и нехимических пестицидов невелики как в абсолютных, так и в относительных выражениях.

5. Фальсификации, включающие в себя: наличие неполных или недостоверных данных, использование экомаркировки без соответствующей сертификации, отсутствие подтверждения зарубежных сертификатов в России, полная фальсификация сертификатов.

6. Проблемы с экономической (высокие цены) и физической (представленность в наиболее крупных городах и отдельных регионах) доступностью, низкий уровень доверия потребителей к тому, что они действительно приобретают экологический продукт.

Отдельно стоит сказать о некотором несовершенстве законодательства РФ в области экологичности. Если еще недавно производитель хотел заявить об экологичности своего продукта, у него было два пути: произвести самодекларируемое экологическое заявление или пройти добровольную сертификацию. Первый способ регулировался ГОСТ Р ИСО 14021-2000 «Этикетки и декларации экологические. Самодекларируемые экологические заявления (экологическая маркировка по типу II)» [2]. В этом случае производитель должен был предоставить доказательства того, что продукция действительно является экологически чистой, он не имел право использовать общие формулировки, вроде «экологически благоприятная» или «натуральная», однако ни в одном законе не было указано, что именно стоит за этими формулировками, что приводило к гринвошингу. Второй способ предполагал проведение сертификации независимыми организациями в соответствии со стандартами IFOAM и Codex Alimentarius, ISO 14024 (экомаркировки I типа; сюда же относится российский «Листок жизни» – единственный российский «зеленый» сертификат, признанный Всемирной ассоциацией экомаркировки (GEN)). В России порядок проведения добровольной сертификации регулирует ГОСТ Р 57022-2016 [1], однако закона, регламентирующего порядок аккредитации выдающих сертификаты компаний, контроля за их деятельностью, не было. Тем не менее, услуга сертификации по этому стандарту массово предлагалась на рынке.

С 1 января 2020 г. был представлен Федеральный закон №280 «Об органической продукции» (далее – №280-ФЗ) [5]. Частично он решил проблемы, обозначенные выше, и дал дополнительный импульс для развития отрасли в российском ритейле. Однако же новый закон оставил актуальными проблемы самодекларируемых экологических заявлений и маркировки, например, словами «эко» и «био», тех продуктов, которые не имеют отношения к эко. На такие надписи закон на данный момент не распространяется, регламентируя лишь использование термина «органический». Благодаря №280-ФЗ «Об органической продукции» термин «органический» стало возможным использовать только тем производителям, которые не используют антибиотики, пестициды, пищевые добавки, усилители вкуса при производстве своей продукции. Компании, желающие использовать экологичность в своем позиционировании, должны теперь проходить сертификацию и проходить процедуру включения в соответствующий государственный реестр. Впрочем, такая сертификация по-прежнему носит добровольный характер. Роскачество РФ приводит данные, согласно которым в 2023 году по сравнению с 2022 годом на 18% увеличилось число производителей органики, а на 14% – объем выданных экологических сертификатов. Около 53% всех сертифицированных производителей занимаются растениеводством, еще 37% – продукцией переработки, оставшиеся 8% – животноводством [7]. С 1 сентября 2024 г. вступят в силу поправки в №280-ФЗ, которые также запретят использование «био», «эко», «зеленый», «органик» и их возможных производных в маркировке и позиционировании без необходимого сертификата соответствия. Кроме того, в июле 2023 г. была утверждена «Стратегия развития производства органической продукции до 2030 года», благодаря которой уже сейчас спрос на сертификацию по российским стандартам вырос в несколько раз и у иностранных производителей, и у российских [4].

Отчасти все эти законодательные нововведения и инициативы наложат дополнительную ответственность на ритейлеров, поскольку они будут обязаны выполнять требования закона и не допускать фальсификаты на полки своих магазинов. С другой стороны, они также простимулируют экологическую отрасль в институциональном развитии. Наконец, уход зарубежных компаний из России в 2022 году скорее тормозит развитие экологичности в РФ. В конечном счете, изменения могут привести в будущем как к существенному ухудшению состояния «зеленой» экономики и ESG-парадигмы в целом, так и не повлиять кардинально на рынок и устойчивые проекты, поскольку на место ушедших компаний придут новые [16]. Например, ушли такие заметные проекты экологического маркетинга, как IKEA с программой приема и переработки старой мебели, H&M с крупнейшей на российском рынке программой приема и переработки текстиля и одежды, а также Coca-Cola, за все время присутствия в России вложившая 5,5 млрд р. в социальные и экологические проекты. Оставшиеся игроки либо поддерживают ESG-практики и позиционирование в инерционном темпе, либо сокращают расходы на экопозиционирование в пользу решений, которые дают быструю операционную эффективность. «Лига зеленых брендов» (объединение компаний, следующих в своей деятельности постулатам устойчивого развития) в апреле 2022 г. провела опрос среди компаний по поводу изменения их ESG-стратегий, по результатам которого 68,6% компаний-респондентов сообщили, что планируют сохранить обязательства в области устойчивого развития в приоритетах компании [16]. Систематизируя все драйверы и барьеры развития экологичности в продуктовом ритейле в России, была составлена табл. 1.

Таблица 1

Драйверы и барьеры развития экологичности в продуктовом ритейле в России (составлено авторами)

| Драйверы развития | Барьеры развития |
|---|--|
| Рост ритейла и потребления: как экосегмента, так и FMCG | Падение/стагнация реальных доходов населения, инфляция |
| Повышения осмысленности потребления | Низкая доля сертифицированной органической продукции |
| Рост потребления здоровой пищи, рост недоверия к ГМО, вредным добавкам | Более высокая цена на экопродукты в сравнении с обычными |
| Высокий потенциал развития флоры и фауны в России, высокая доля сельскохозяйственных территорий | Небольшой срок годности экопродуктов |
| Развитие онлайн-торговли и, как следствие, всего ритейла | Недоверие потребителей заявлениями об экологичности |
| Увеличение доли экологически ответственных покупателей | Недостаточный уровень физического доступа к экотоварам |
| Потребители готовы платить больше за экотовары | Несовершенство «зеленого» законодательства, отсутствие стандартов для всего экорынка |
| Перспектива совершенствования «зеленого» законодательства: №280-ФЗ в 2022-2024 гг., «Стратегия развития производства органической продукции до 2030 года» | Недостаточное понимание торговых сетей и потребителей «зеленого» подхода |
| Возможности для замещения позиций ушедших с рынка РФ брендов с экопозиционированием | Уход ряда крупных зарубежных экопроектов и брендов с экопозиционированием из РФ |

Обсуждение

Полученные результаты важны, с одной стороны, для теоретических исследователей, поскольку способствуют формированию нового научного знания и укореняют значимость экологичности в науке о маркетинге как таковой. С другой стороны, эти результаты имеют ценность и для практикующих маркетологов на российском рынке продуктового ритейла, поскольку помогают четче выделить возможности и ограничивающие факторы компании (например, путем составления SWOT-анализа и TOWS-матрицы), определить ее конкурентное поле и занимаемую нишу в экологическом сегменте, оценить потенциал роста и обозначить наиболее привлекательные направления для инвестиционной деятельности. Для государственных органов выводы будут полезны при формировании долгосрочных стратегий развития «зеленой» парадигмы в ритейле, то есть послужат основой для институционального формирования правил, стимулов и ограничений рынка. При этом для ритейлеров важно не просто понимать, какие драйверы и барьеры развития экологичности существуют на российском рынке, но и уметь принимать взвешенные и релевантные стратегии компании решения, как именно с этими факторами поступать. Эти решения должны быть индивидуальны и будут различаться в зависимости от положения компании на рынке, ее маркетинговой политики, долгосрочных целей и других аспектов. Драйверы развития экологичности могут означать хорошие бизнес-возможности для ритейлеров (табл. 2). В табл. 2 представлены рекомендации относительно того, как может поступать российский ритейлер в условиях сложившейся рыночной ситуации.

Таблица 2

Возможные пути использования российскими ритейлерами драйверов развития экологичности в продуктовом ритейле (составлено авторами)

| Драйвер развития | Возможное решение для использования драйвера |
|---|---|
| Рост ритейла и потребления: как экосегмента, так и FMCG | Расширение ассортимента товарных позиций (SKU), развитие СТМ, запуск даркстортов (специальные склады для формирования заказов на доставку) |
| Повышения осмысленности потребления | Подчеркивание преимуществ экотоваров. Например, презентация в явном виде того, где и кем они были произведены, как их производство способствует лучшему использованию энергоресурсов и помогает природе в принципе |
| Рост потребления здоровой пищи, рост недоверия к ГМО, вредным добавкам | Создание экополок с полностью здоровыми продуктами, понятное описание состава товара (особенно если не все ингредиенты являются натуральными), прохождение ритейлером экологической сертификации |
| Высокий потенциал развития флоры и фауны в России, высокая доля сельскохозяйственных территорий | Инвестирование в собственное сельскохозяйственное производство, поддержка поставщиков за счет льгот, скидок, инфраструктурные решения (например, создание маркетплейсов фермерской продукции) |
| Развитие онлайн-торговли и, как следствие, всего ритейла | Диверсификация продаж в сторону онлайн: развитие собственного сайта, выход на маркетплейсы, повышение инвестиций на Интернет-рекламу и продвижение сайта (SEO, ASO и иные виды продвижения) |
| Увеличение доли экологически ответственных покупателей | Персонализация креативов и коммуникации с экологически ответственными покупателями. Например, переход на перерабатываемую упаковку, которую возможно сдать в магазине ритейлера |
| Потребители готовы платить больше за экотовары | Качественные и количественные исследования (фокус-группы, онлайн-опросы, панели, тайные покупатели и т.д.), способствующие пониманию, на какие товары можно делать наценку, какие атрибуты экотовара наиболее важны для покупателя, аргументация выгод и пользы от приобретения экотовара |
| Перспектива совершенствования «зеленого» законодательства: №280-ФЗ в 2022-2024 гг., «Стратегия развития производства органической продукции до 2030 года» | Присоединение к государственной сертификации органических производителей, включение таких производителей в собственный портфель брендов. Получение признанной экологической маркировки («Листок жизни», маркировка «Органический» по №280-ФЗ и др.) |
| Возможности для замещения позиций ушедших с рынка РФ брендов с экопозиционированием | Анализ практик, принятых зарубежными ритейлерами до 2022 года, и адаптация этих практик у себя. Например, установка контейнеров для сбора пластиковых бутылок для их дальнейшей переработки (ранее данная инициатива была ярко представлена у компании IKEA) |

В то же время ритейлерам необходимо справляться с барьерами, ведь они способны замедлить внедрение экологичности в деятельность компаний, негативно сказаться на их финансовом состоянии (табл. 3). Частично предлагаемые ритейлерам пути преодоления барьера пересекаются с рекомендациями для использования драйверов. Заметим, что некоторые барьеры возможно преодолеть только институциональным способом, при государственном участии. К примеру, путем реализации точечных реформ, влияющих на экономику, социум или непосредственно на экорынок в России.

Таблица 3

Возможные пути преодоления российскими ритейлерами барьеров развития экологичности в продуктовом ритейле (составлено авторами)

| Барьер развития | Возможное решение для преодоления барьера |
|--|---|
| Падение/стагнация реальных доходов населения, инфляция | Удешевление производства за счет экономии от масштаба, отказ от излишней упаковки, повышающей стоимость товара |
| Низкая доля сертифицированной органической продукции | Присоединение к государственной сертификации органических производителей, включение таких производителей в собственный портфель брендов. Получение признанной экологической маркировки («Листок жизни», маркировка «Органический» по №280-ФЗ и др.) |
| Более высокая цена на экопродукты в сравнении с обычными | Подчеркивание преимуществ экотоваров. Например, презентация в явном виде того, где и кем они были произведены, как их производство способствует лучшему использованию энергоресурсов и помогает природе в принципе |
| Небольшой срок годности экопродуктов | Оптимизации логистики для ускорения доставки и снижения стоимости экотоваров. Более быстрый сбыт способствует минимизации отходов из-за просроченной продукции, удлинению срока ее нахождения на продуктовой полке |
| Недоверие потребителей заявлениями об экологичности | Открытая и прозрачная отчетность по устойчивому развитию, демонстрация результатов клинических испытаний |

| Барьер развития | Возможное решение для преодоления барьера |
|--|--|
| Недостаточный уровень физического доступа к экотоварам | Открытие офлайн-филиалов в городах, имеющих по итогам маркетинговой аналитики наибольший потенциал для экопродаж |
| Несовершенство «зеленого» законодательства, отсутствие стандартов для всего экорынка | Обратная связь для государственных органов |
| Недостаточное понимание торговых сетей и потребителей «зеленого» подхода | Просветительская деятельность: организация конференция, открытых уроков, воркшопов, информирование через открытые источники, сайт, СМИ |
| Уход ряда крупных зарубежных экопроектов и брендов с экопозиционированием из РФ | Адаптация практик зарубежных брендов в своей деятельности |

В дальнейших исследованиях возможно рассмотреть, какое именно влияние оказал уход многих зарубежных ритейлеров и их экологических инициатив на российский рынок: провести анализ изменения структуры «зеленого» сегмента с точки зрения поставок продукции, оценить инвестиции в E-аспект ESG и их динамику, проанализировать качественные и количественные результаты возникших в 2022 году и позже экологических инициатив, измерить корреляцию их воздействия на продуктовый ритейл и другие блоки для исследования.

Заключение

Экологичность в маркетинге стала продолжением социально-ответственного маркетинга, предложенного Ф. Котлером, и на данный момент рассматривается маркетологами как полноценная форма маркетингового позиционирования. Растущее влияние экологического фактора в деятельности компаний – закономерное следствие трансформации общества, мировых институтов, бизнесов и их потребителей в сторону внедрения и развития экологических практик. Повестка экологичности сегодня – уже не выбор для современных компаний, это повседневность, феномен, постоянно увеличивающий свою значимость. Все это подразумевает для бизнеса, с одной стороны, наличие широких возможностей для оперирования на новом, еще не устоявшемся, сегменте, а с другой стороны являет множество препятствий, барьеров, сдерживающих развитие направления. Продуктовый ритейл – один из наиболее благоприятных экономических сегментов для применения экопозиционирования. Оно является привлекательным, поскольку способствует росту маржинальности ритейлера, а внедрение экопрактик является относительно простым. «Зеленое» позиционирование может стать одним из ключевых факторов выбора ритейлера потребителем. Учет розничным продавцом «зеленых» интересов способен создать благоприятный имидж компании, повысить узнаваемость бренда и нарастить лояльность их клиентов. Российский ритейлер, желающий использовать экологичность в своей маркетинговой и операционной деятельности, должен помнить о существующих драйверах и барьерах такого перехода. Важно индивидуально на уровне организаций формировать конкретные управленческие решения, которые учитывали бы текущие драйверы и способствовали развитию бизнеса и завоеванию конкурентных преимуществ, а также принимали бы во внимание существующие барьеры в целях минимизации рисков бизнеса и обеспечения его устойчивости на экологическом рынке.

Литература

- ГОСТ Р 57022-2016 «Продукция органического производства. Порядок проведения добровольной сертификации органического производства» (утв. и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 5 августа 2016 г. N 906-ст).
- ГОСТ Р ИСО 14021-2000. Этикеты и декларации экологические. Самодекларируемые экологические заявления (экологическая маркировка по типу II).
- 5Колесникова О.В., Жохова П.Е. Рынок ESG товаров в России: трансформация, перспективы развития // Инновации и инвестиции, 2022. – № 9.
- Об утверждении Стратегии развития производства органической продукции в Российской Федерации до 2030 года – Распоряжение Правительства РФ от 04.07.2023 N 1788-р.
- Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации – Федеральный закон от 03.08.2018 N 280-ФЗ.
- Обзор мирового органического рынка и рынка России на конец 2023 года [Электронный ресурс]. URL: <https://organicfund.ru/new/obzor-mirovogo-organicheskogo-rynka-i-rynka-rossii-na-konec-2023-goda>.
- Органический рынок в России продолжил расти в 2023 году [Электронный ресурс]. URL: <https://roskachestvo.gov.ru/news/organicheskiy-rynok-v-rossii-prodolzhil-rasti-v-2023-godu/>.
- Органическое сельское хозяйство: позиции и перспективы России на фоне мировых трендов [Электронный ресурс]. URL: https://www.hse.ru/data/2022/12/23/1719455538/Human_Capital_NCMU_Digest_17_Organic_Agriculture_2022.pdf.
- Продажи органических товаров и сертифицированной эко-продукции растут вдвое быстрее рынка [Электронный ресурс]. URL: <https://www.retail.ru/news/nielseniq-prodazhi-organicheskikh-tovarov-i-sertifitsirovannoy-eko-produktsii-ra-6-sentyabrya-2021-208633/>.
- Развитие зеленого ассортимента в ритейле: стимулы, подходы, перспективы [Электронный ресурс]. URL: <http://ecounion.ru/razvitie-zelenogo-assortimenta-v-ritejle-stimuly-podhody-perspektivy/>.
- Результаты опроса «Почему и как покупатели выбирают экотовары?» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecounion.ru/pochemu-i-kak-pokupateli-vybirayut-ekotovary/>.
- Рушицкая О.Е., Носкова К.В., Фетисова А.В., Желвис С.А. Рынок экологически чистых продуктов в России. Проблемы и перспективы развития // Московский экономический журнал, 2019. – № 4.
- Сандракова И.В., Резниченко И.Ю. Исследование потребителей продуктов здорового питания // Практический маркетинг, 2019. – № 12.
- Терентьева Д.Ю., Антипенкова Д.А. Значимость социального маркетинга для брендов FMCG-рынка // Скиф, 2022. – № 5.
- Фурсова А.В. Современные тенденции формирования и развития маркетинговых стратегий // Вестник экспертного совета, 2022. – № 2.
- Шаги назад: что будет с ESG-проектами после ухода иностранных компаний [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/632873db9a794758d8eef01e>.
- Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman // New York: Harper and Row, 1953.
- Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. In: Kompella, K. (eds) // Marketing Wisdom. Management for Professionals. Springer, Singapore, 2019.
- Muir, Magdalena. Global Sustainable Development Report 2015.
- World Economic Situation and Prospects 2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-2018/>.

УДК 005.95

Т.Б. Брикота, Г.Г. Вукович, А.В. Островская, Н.А. Кольцова
**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПТИМИЗАЦИОННОГО
 КОНФИГУРИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО КОНТУРА HR-УПРАВЛЕНИЯ**

T.B. Brikota, G.G. Vukovich, A.V. Ostrovskaya, N.A. Kol'cova
**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF OPTIMIZATION
 CONFIGURATION OF THE MODERN HR CONTROL CIRCUIT**

Ключевые слова: HR-управление, управление персоналом, HR-системы, оценка персонала, качественный мониторинг, HR-аналитика, развитие компетенций, оптимизационное конфигурирование.

Keywords: HR management, personnel management, HR systems, personnel assessment, quality monitoring, HR analytics, competence development, optimization configuration.

Цель: исследовать теоретико-методические аспекты оптимизационного конфигурирования современного контура HR-управления, рассмотреть систему управления на базе технологий больших данных. Обсуждение: в статье описаны сильные и слабые стороны Big Data и их технологии в менеджменте, направления в HR-аналитике; построены прогнозы относительно тенденций в перспективе, сделаны выводы о влиянии различных факторов на персонал и его характеристики, на основе исследования направлений HR-системы и качественном мониторинге новейших технологий. Обучение и оценка персонала – два ведущих компонента, выделенных авторами, описывающими сферы персонал-менеджмента, которые были затронуты непосредственно проникновением технологии больших данных. Результаты: сравнительный обзор профильной литературы позволил минимизировать количество теоретико-методических лагун в сфере менеджмента и HR-управления в разных отраслях, уточнить модель применения технологии Big Data в HR, диагностировать проблемы развития HR-системы, абрисно намечая пути их решения.

Purpose: to investigate the theoretical and methodological aspects of the optimization configuration of the modern HR management circuit, to consider a management system based on big data technologies. Discussion: the article describes the strengths and weaknesses of Big Data and their technologies in management, trends in HR analytics; forecasts are made regarding trends in the future, conclusions are drawn about the impact of various factors on personnel and its characteristics, based on research into the directions of the HR system and qualitative monitoring of the latest technologies. Personnel training and evaluation are the two leading components identified by the authors describing the areas of personnel management that were directly affected by the penetration of big data technology. Results: a comparative review of the relevant literature made it possible to minimize the number of theoretical and methodological gaps in the field of management and HR management in different industries, clarify the model of using Big Data technology in HR, diagnose problems of HR system development, outline ways to solve them.

Электронный адрес: vita5567@mail.ru, anastasvik@mail.ru, piwen.an@yandex.ru

Введение

Успешный бизнес строится на эффективном управлении кадровым потенциалом организации. Смещение фокуса внимания исследователей в сторону изучения возможностей применения передовых технологий в области персонального менеджмента позволяет современным организациям своевременно внедрять высокопроизводительные информационные системы. Одним из достижений человека в данной сфере стало создание технологий больших данных (Big Data), которые находят широкое применение в наше время [2,12]. К предпосылкам создания технологии можно отнести то, что мировое хозяйство сегодня можно представить в качестве густой сети информационных потоков, благодаря существованию которых обеспечивается устойчивое функционирование и взаимодействие всех элементов экономической системы. Обмен информацией ведет к многоаспектному обогащению контрагентов, происходит углубление знаний, обмен опытом, но на определенном этапе организации сталкиваются с проблемами, связанными с ограниченностью ресурса поддержания информационно-обеспечительной составляющей системы управления предприятием. В таком случае решением проблемы выступают технологии больших данных.

Методы

Решению исследовательских задач способствовало применение следующих методов: анализа, синтеза, обобщения, сравнения, классификации, аналогии, абстракции, индукции, дедукции, теоретизации, мониторинга, диагностики, формализации и других.

Результаты

Big Data – данные существенных объемов, хранение, обработка и прочие операции с которыми подразумевает использование новейших digital-инструментов, выход за пределы оперативной памяти устройства (ПК) [6]. Если же сравнивать аналитику, то наиболее точно, по нашему мнению, обозначены ключевые отличия и дана сравнительная характеристика Big Data-аналитики и традиционных методов изучения данных авторами Т.А. Шпилькиной и О.В. Ляшковой [10]. По мнению исследователей, отличают технологию следующие характеристики:

- происходит обработка всего объема данных, без их фрагментирования;
- информация не подвергается конвертированию;
- работа с данными осуществляется на постоянной основе, они обновляются и актуализируются.

Анализируя перспективы, связанные с широким распространением технологии Big Data в менеджменте, многие авторы выделяют сильные и слабые ее стороны (рис. 1). Вернемся к вопросу о применении технологий больших данных в сфере HR-управления. Ряд авторов сходятся во мнении о том, что трансформация HR-систем на сегодняшний день включает процессы, связанные с интеграцией Big Data на этапах сбора, систематизации и анализа информации, с которой работает кадровая служба организации [1,4,5]. На практике специалист по управлению персоналом регулярно сталкивается с рядом проблем, имеющих как технический, так и организационный характер, что усложняет работу кадровой службы и замедляет бизнес-процессы. Например, для сетей розничной торговли актуален вопрос, связанный с консолидацией управления кадровым потенциалом организации. HR-специалисты вынуждены на регулярной основе по объективным причинам обращаться к сотрудничеству с руководителями подразделений, при этом средства коммуникации не обеспечивают должного

уровня ее эффективности. Возникают негативные последствия в виде снижения выручки, перерасхода ФОТ. Оптимальным решением в таких случаях становится создание системы, работающей по данному направлению и обеспечивающей автоматизацию HR-процессов. Не менее важным результатом, полученным от внедрения подобных систем, в основе которых лежит технология больших данных, становится то, что персонал получает возможность уйти от части наиболее трудоемких задач и перераспределить собственный ресурс времени в созидательное русло.



Рис. 1. Сильные и слабые стороны Big Data в менеджменте [2,8]

Д.С. Брагина и Н.А. Молочник считают, что диапазон возможностей использования рассматриваемых технологий весьма велик [3]. На рис. 2 представлены обозначенные учеными направления деятельности кадровой службы предприятия, по которым обосновано применение Big Data.



Рис. 2. Технологии Big Data в HRM (составлено с использованием [3])

Обучение и оценка персонала – два ведущих компонента, выделенных авторами, описывающими сферы персонал-менеджмента, которые были затронуты непосредственно проникновением технологии больших данных. Необходимо отметить, что оценку и обучение персонала совершенно не случайно необходимо рассматривать в их взаимосвязи. Без анализа состояния внутренней среды организации, включающего оценку персонала, невозможно представить дальнейшее развитие организации в целом, по ряду причин:

- персонал, относящийся по определению к одной категории, может и, скорее всего, будет де-факто обладать различным уровнем профессиональных навыков и умений, определить который необходимо, чтобы понять, в каком направлении в дальнейшем сотрудник будет закономерно развиваться;
- ожидается, что выявление «слабых» позиций в контексте кадрового управления индуцирует среди руководства функциональных подразделений процессы перераспределения ресурсов, что, в свою очередь, отразится на качественных характеристиках персонала.

Юй Цзыминь, Ли Хунян убеждены в том, оценивать вовлеченность работников можно, даже необходимо, используя массивы информации, что позволяет сделать более точные выводы о том, насколько сотрудники приобщены к корпоративной культуре, ориентированы на цели организации [11]. Соответствие личных целей целям компании во многом, как известно, определяет конкурентное преимущество на рынке трудовых ресурсов, а поскольку личность и индивидуальность человека – категории сложные, многоаспектные, сделать выводы о том, насколько в действительности представления специалиста об идеальном работодателе соотносятся с мнением организатора бизнеса, можно только на основе аналитики больших данных.

Обсуждение

Автоматизация также является процессом, неразрывно связанным с использованием Big Data, алгоритмы работы с данными выстраиваются с использованием высокоточных систем, что экономит время HR-менеджера, предлагая человеку принимать стратегически важные решения, избегая повторения рутинных операций. О.П. Свиридова и О.Л. Чуланова полагают, что в основе стремительного развития системы кадрового управления компаний сегодня лежит HR-аналитика, включающая четыре направления, в т.ч. предиктивную аналитику, которая, по мнению экономистов, отличается от прочих направлений включением в аналитические процессы Big Data [7]. Использование больших данных позволяет специалистам по управлению персоналом строить прогнозы относительно тенденций в перспективе, делать выводы о влиянии различных факторов на персонал и его характеристики (рис. 3).



Рис. 3. Направления HR-аналитики [7]

Следует отметить, что предиктивную аналитику нельзя отождествлять с прогнозной, которая также описана авторами. В первом случае речь идет о многовариативных сценариях, их глубоком анализе, применении сложных алгоритмов машинного обучения, прогнозная же аналитика основана на выдвижении гипотез и их подтверждении в краткосрочной перспективе, например, когда необходимо рассчитать производственную нагрузку.



Рис. 4. Модель применения технологии Big Data в HR (оплата труда) [9]

Очевидное преимущество технологии больших данных состоит также в применении ее в вопросах оплаты труда на предприятии. Данный опыт описан в статье А.С. Шильникова, на основе выводов, сделанных автором, мы предлагаем рассмотреть модель, описывающую возможности применения Big Data при решении задач, связанных с оплатой труда сотрудников на предприятии (рис. 4) [9].

Заключение

Таким образом, сравнительный обзор профильной литературы позволил минимизировать количество теоретико-методических лакун в сфере менеджмента и HR-управления в разных отраслях, уточнить модель применения технологии Big Data в HR, диагностировать проблемы развития HR-системы, абрисно намечая пути их решения.

Литература

1. Алиева З.М., Эдилсултанова Л.А., Мамаева У.З. Анализ управления человеческими ресурсами предприятия в эпоху больших данных // Journal of Monetary Economics and Management, 2023. – № 2.
2. Астанина Д.А., Завьялова П.С., Желаева С.Э. Применение технологий «Big Data» в менеджменте // Актуальные проблемы авиации и космонавтики, 2022.
3. Брагина Д.С., Молодчик Н.А. Big Data в HR // УПИРР, 2020. – № 3.
4. Григорян А.А. Workforce management системы как инструмент цифровой трансформации бизнеса // Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова, 2020. – № 4.
5. Давыденко Д.Ю. Обзор технологических трендов индустрии 4.0 и их влияние на управление персоналом // Инновационная наука, 2021. – № 5.
6. Румянцева К.В. Big Data: некоторые вопросы и технологии // Вестник науки, 2022. – № 5.
7. Свиридова О.П., Чуланова О.Л. Программа реализации HR-аналитики как цифрового тренда // Материалы Афанасьевских чтений, 2020. – № 3.
8. Утепберганов А.О. Большие данные в управлении человеческими ресурсами // Экономика и социум, 2022. – № 4-3.
9. Шильников А.С. Оплата труда с точки зрения концепции Big data (большие данные) // МНИЖ, 2020. – № 5-2.
10. Шпилькина Т.А., Ляшкова О.В. Роль Big Data в деятельности корпораций // Экономика и бизнес: теория и практика, 2020. – № 4-3.
11. Yu Zmin, Lee Hunyan. Transformation of the role of the company's personnel manager in the Great Data era // Bulletin of Chelyabinsk State University, 2023. – № 3.
12. Big Data в HR: как они помогут управлять персоналом в 2023-м. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.rambler.ru/tech/50189015-big-data-v-hr-kak-oni-pomogut-upravlyat-personalom-v-2023-m/>.

УДК 331

А.А. Бухтаяров, И.В. Игнатьева, А.И. Бакиев, Л.Н. Захарова
**СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ
 К ФОРМАЛИЗАЦИИ HR-ДИСКУРСА**

A.A. Buhtayarov, I.V. Ignat'eva, A.I. Baksheev, L.N. Zakharova
**MODERN CONCEPTUAL APPROACHES
 TO FORMALIZING HR DISCOURSE**

Ключевые слова: цифровые трансформации, управление персоналом, цифровая эпоха, HR-система, анализ эффективности, ключевые стратегии, опыт сотрудников, цифровые платформы, адаптация персонала, гибкие методы.

Keywords: digital transformations, personnel management, digital era, HR system, efficiency analysis, key strategies, employee experience, digital platforms, personnel adaptation, flexible methods.

Цель: исследовать теоретические и методические аспекты управления персоналом в условиях цифровых трансформаций, рассмотреть современные концептуальные подходы, уровни и алгоритмы управления персоналом. Обсуждение: рассмотрены ключевые стратегии совершенствования системы управления персоналом в цифровую эпоху. Доказано, что эффективное функционирование HR-подсистем в целом обеспечивает результативное управление персоналом в разных отраслях рынка. В общем понимании совершенствование HR-системы в эпоху IT-технологий требует внедрения новейших, оптимальных решений на основе данных и особого внимания к опыту сотрудников. Ключевые стратегии помогают интегрировать цифровые инструменты управления персоналом, внедрить методы управления персоналом на основе решений о привлечении опытных сотрудников для оптимизации HR-процессов. Результаты: HR-система должна строиться на основе цифровых инструментов управления персоналом.

Purpose: to explore the theoretical and methodological aspects of personnel management in the context of digital transformations, to consider modern conceptual approaches, levels and algorithms of personnel management. Discussion: the key strategies for improving the personnel management system in the digital age are considered. It is proved that the effective functioning of HR subsystems as a whole ensures effective personnel management in various sectors of the market. In general, improving the HR system in the era of IT technology requires the introduction of the latest, optimal solutions based on data and special attention to the experience of employees. Key strategies help to integrate digital HR management tools, implement HR management methods based on decisions to attract experienced employees to optimize HR processes. Results: The HR system should be based on digital HR management tools.

Электронный адрес: abuhtayarov@ruc.su, irina.090@mail.ru, baksh-ai@yandex.ru, ln.zakharova@yandex.ru

Введение

Развитие системы управления персоналом в условиях цифровых преобразований имеет ключевое значение для отечественного бизнеса в соответствии с меняющимся технологическим ландшафтом. Внедряя новейшие стратегии, организации могут эффективно ориентироваться в цифровых преобразованиях и обеспечивать соответствие HR-системы требованиям цифровой эпохи, способствуя формированию культуры непрерывного обучения, инноваций и благополучия сотрудников.

Методы

Вопросам управления персоналом на этапе цифровых трансформаций в научной литературе уделяется много внимания. Особенно ярко HR-система описана в трудах следующих авторов: Жаткиной Т.А., Илюхиной Л.А., Богатыревой И.В., Файзулиной К.Р., Фатеевой Н.Б. [2,4,9,10]. Все они применяли следующие методы научного познания: статистический анализ, проведение сравнений, составление группировок, формирование оценок рисков, прогнозирование, анализ и синтез, абстрагирование, обобщение, индукцию, дедукцию, моделирование, классификацию, аналогию, описание, формализацию, наблюдение и др..

Результаты

Представляется уместным в рассмотрении теоретических представлений отечественных исследователей использовать табличный метод для иллюстрации ключевых стратегий совершенствования системы управления персоналом в цифровую эпоху (таблица) [6].

Таблица

Ключевые стратегии совершенствования системы управления персоналом в цифровую эпоху

| Название стратегии | Определение |
|--|---|
| Цифровые платформы управления персоналом | внедрение цифровых платформ и инструментов управления персоналом, таких как программное обеспечение для управления персоналом, инструменты подбора персонала на основе искусственного интеллекта и системы виртуальной адаптации, для оптимизации процессов управления персоналом и повышения эффективности |
| Принятие решений на основе данных | использование анализа данных и кадровых показателей для принятия обоснованных решений относительно привлечения талантов, управления производительностью, вовлечения сотрудников, а также инициатив в области обучения и развития |
| Повышение квалификации и переподготовка | предоставление сотрудникам возможностей для повышения квалификации и переподготовки с целью адаптации к меняющимся должностным обязанностям и требованиям в цифровой среде; предложение программ онлайн-обучения и сертификации может помочь сотрудникам оставаться актуальными |
| Политика удаленной работы | разработка политики удаленной работы и гибких условий работы в соответствии с растущей тенденцией к использованию удаленных и гибридных моделей работы; внедрение инструментов совместной работы и систем мониторинга для эффективного управления удаленными командами |

| Название стратегии | Определение |
|--|---|
| Опыт сотрудников | сосредоточение внимания на улучшении общего опыта сотрудников за счет внедрения цифровых инструментов для сбора отзывов, оценки эффективности, планирования карьерного роста и инициатив по повышению благосостояния |
| Обучение кибербезопасности | обучение сотрудников передовым методам обеспечения кибербезопасности для снижения потенциальных рисков, связанных с работой в цифровой среде; внедрение надежных мер кибербезопасности для защиты конфиденциальных кадровых данных и информации о сотрудниках |
| Интеграция с искусственным интеллектом | изучение использования ИИ в кадровых функциях, таких как процессы подбора персонала, управляемые ИИ, чат-боты для ответов на запросы, связанные с управлением персоналом, и прогнозная аналитика для кадрового планирования и управления талантами |
| Гибкие методы управления персоналом | внедрение гибких методов управления персоналом позволяет быстро адаптироваться к меняющимся потребностям бизнеса, стимулировать инновации и сотрудничество между командами; внедрение гибких методологий может повысить оперативность и эффективность процессов управления персоналом |

В общем понимании совершенствование HR-системы в эпоху IT-технологий требует внедрения новейших, оптимальных решений на основе данных и особого внимания к опыту сотрудников. Ключевые стратегии помогают интегрировать цифровые инструменты управления персоналом, внедрить методы управления персоналом на основе решений о привлечении опытных сотрудников для оптимизации HR-процессов [10]. Мы солидарны с Енгибарян М.М. и Шалагиновой М.Д., которые считают, что цифровые трансформации оказывают значительное влияние на HR-систему, внося изменения в процессы найма, обучения и роста компании. Так, система управления персоналом относится к сложной схеме с большим количеством ответвлений и включает различные методы, технологии, помогающие корректно формировать план работы компании [3]. Мы согласны с Файзуллиной К.Р., которая утверждает, что комплексная структура управления включает подсистемы, затрагивающие широкий спектр экономической деятельности (рис. 1) [9].



Рис. 1. Подсистемы структуры управления персоналом [9]

Так, эффективное функционирование HR-подсистем обеспечивает результативное управление персоналом. Согласно Илюхиной Л.А. и Богатыревой И.В., активное внедрение цифровых технологий и инструментов в работу компаний трансформирует бизнес-процессы, методы, прием на работу, изменяет тактику и стратегию работы с персоналом, предопределяет появление новой HR-концепции.

Обсуждение

В литературе, посвященной данной теме, детально обсуждаются разнообразные модели управления человеческими ресурсами (HRM), актуальные в экономических реалиях санкционных ограничений. Ключевые компоненты типичной модели управления персоналом визуализируем на рис. 2 [4]. Перечисленные компоненты влияют на управление своей рабочей силой, коррелируют индикаторы и маркеры человеческого капитала со стратегическими целями компании и создают продуктивную, заинтересованную и высокопроизводительную рабочую среду. Пучкова М.И. и Бондалетов В.В. предложили оригинальную классификацию основных видов цифровых технологий, применяемых в управлении персоналом [6]:

- системы управления человеческими ресурсами (HRIS);
- системы управления талантами (TMS);

- аналитика данных о персонале (HR Analytics);
- системы управления эффективностью (Performance Management);
- мобильные HR-приложения;
- технологии искусственного интеллекта (AI).

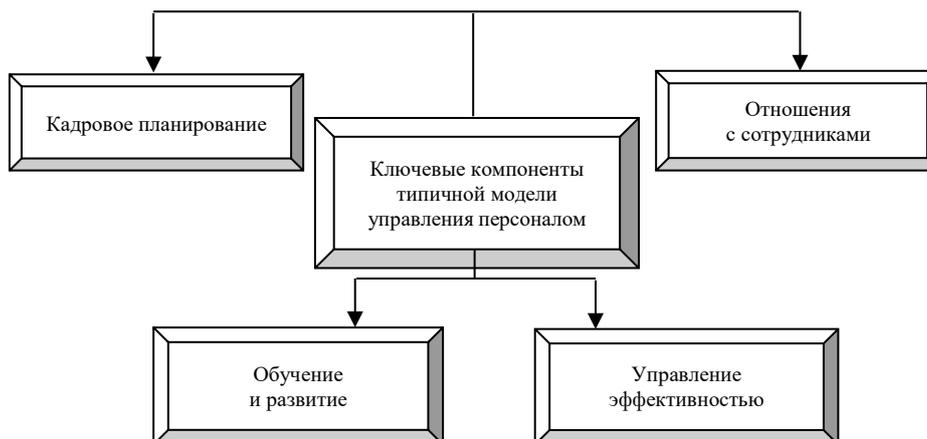


Рис. 2. Ключевые компоненты типичной модели управления персоналом [4]

Системы HRIS включают в себя автоматизацию кадрового производства, ведение электронных дел сотрудников, планирование и учет рабочего времени, что упрощает работу кадрового отдела. Применение данных цифровых технологий в HR-системе позволяет повысить эффективность процессов, вовлеченность и производительность сотрудников. Вот почему активное внедрение IT-технологий изменяет тактику и стратегию в работе сотрудников компании, предопределяя появление новой цифровой концепции.

Заключение

Закономерным итогом рассуждений становится вывод о необходимости дальнейшей научно-исследовательской работы в области развития системы управления персоналом. Динамический подход, по нашему мнению, в этом отношении остается одним из наиболее прогрессивных. Таким образом, нам удалось прийти к следующим выводам: внедрение цифровых платформ и инструментов управления персоналом, таких как программное обеспечение для управления персоналом, инструменты подбора персонала на основе искусственного интеллекта и системы виртуальной адаптации, для оптимизации процессов управления персоналом и повышения эффективности.

Литература

1. Булах И.В., Кофанова Ю.О. Современные технологии управления персоналом в условиях кризиса // Стратегия устойчивого развития в антикризисном управлении экономическими системами, 2021.
2. Былков В.Г. Профессиональное развитие персонала – основа повышения конкурентоспособности организаций сферы услуг / В.Г. Былков, А.В. Кузьмина // Байкальского государственного университета, 2022. – Т. 33. – № 3. – С. 508-517.
3. Енгибарян М.М., Шалагинова М.Д. Развитие системы управления персоналом в условиях цифровых трансформаций // Молодой исследователь Дона, 2024. – № 9.
4. Илюхина Л.А., Богатырева И.В. Концепция управления персоналом в условиях цифровой трансформации // Креативная экономика, 2022. – № 16.
5. Новолодская Г.И. Воспроизводство конкурентоспособного человеческого капитала как фактор обеспечения экономической безопасности России в глобальной экономике // Baikal Research Journal, 2023. – Т. 14. – № 3. – С. 1128-1142.
6. Носырева И.Г. Цифровизация кадровых процессов как ключевой элемент цифровой трансформации организации / И.Г. Носырева, Н.А. Белобородова // Известия Байкальского государственного университета, 2024. – Т. 34. – № 1. – С. 61–70.
7. Степаненко Ю.В., Агазарян Н.В., Мазунина М.В. Современные технологии управления персоналом в организации // Индустриальное, инновационное и финансовое развитие России: факторы и тенденции, 2021.
8. Сунь Б., Вавилина А.В. Цифровые технологии в системе управления персоналом // Гуманитарный научный журнал, 2022. – № 2.
9. Файзуллина К.Р. Современные технологии управления персоналом // Экономика и социум, 2023. – № 5.
10. Шуплецов А.Ф. О периодичности мониторинга и обновлении стратегических планов развития бизнеса компании / А.Ф. Шуплецов, М.В. Матвеева, К.О. Буров // Baikal Research Journal, 2021. – Т. 12. – № 4. – С. 14.
11. Bettencourt L., Gwinner K.P., Meuter M.L. A comparison of attitude, personality, and knowledge predictors of service-oriented organizational citizenship behaviors // Journal of Applied Psychology, 2021. – V. 86. – № 1. – P. 29–41.
12. Ulrich D., Brockbank W. The HR value proposition. – Boston, MA: Harvard Business School Press, 2015. – 336 p.

УДК 331.101.3

Е.И. Данилина, А.А. Тагибова, О.Н. Сараева, А.А. Бухтаяров
**ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ
МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА: ТЕКУЩИЕ ТРЕНДЫ И ВЫЗОВЫ**

E.I. Danilina, A.A. Tagibova, O.N. Saraeva, A.A. Buhtayarov
**RESEARCH OF TERMINOLOGICAL ASPECTS
OF STAFF MOTIVATION: CURRENT TRENDS AND CHALLENGES**

Ключевые слова: мотивация персонала, эффективность труда, стратегия мотивации, управление персоналом, стимулирование сотрудников, кадровая политика, повышение эффективности, трудовая деятельность, повышение квалификации.

Keywords: staff motivation, labor efficiency, motivation strategy, personnel management, employee incentives, personnel policy, efficiency improvement, labor activity, advanced training.

Цель: исследовать терминологические аспекты мотивации сотрудников, рассмотреть термин «мотивация персонала», изучить факторы, влияющие на мотивацию сотрудников в современных условиях; дать характеристику основным методам стимулирования сотрудника. Обсуждение: в статье рассмотрены научные работы на тему мотивации персонала, представлены ключевые элементы системы мотивации, определено влияние удовлетворенности работника на производительность труда, проанализированы факторы внешней и внутренней среды, влияющие на мотивацию персонала. Результаты: на основе проведенного анализа предложена балансирующая система мотивации, выявлено, что оптимизации мотивационной системы на предприятии имеет циклический характер, так как с изменением внешней среды предприятия и состава персонала эффективность существующей системы трудовой мотивации может изменяться как в лучшую, так и в худшую сторону; выявлена необходимость комбинирования материальных и нематериальных стимулов для повышения эффективности труда.

Purpose: to explore the terminological aspects of employee motivation, consider the term “staff motivation”, study the factors influencing employee motivation in modern conditions; characterize the main methods of stimulating an employee. Discussion: the article examines scientific works on the topic of staff motivation, presents the key elements of the motivation system, determines the influence of employee satisfaction on labor productivity, and analyzes external and internal environmental factors affecting staff motivation. Results: based on the analysis, a balancing motivation system was proposed; it was revealed that optimization of the motivational system at the enterprise has a cyclical nature, since with changes in the external environment of the enterprise and personnel composition, the effectiveness of the existing work motivation system can change both for the better and for the worse; The need for combining material and non-material incentives to improve labor efficiency has been identified.

Электронный адрес: Danilina05@mail.ru, a.a.tagibova@mail.ru, narhoz-irk@yandex.ru, abuhtayarov@ruc.su

Введение

В условиях финансовых и нефинансовых санкций мотивация сотрудников играет важную роль, оказывая значительное влияние на производительность труда, а, следовательно, и на прибыль предприятия. Однако на практике возникают проблемы при формировании системы мотивации: неправильное комбинирование инструментов мотивации может привести к негативным последствиям – снижению эффективности труда, повышению текучести кадров и т.п. Несовершенство и разрозненность действующих методик актуализирует интерес к технологиям мотивации персонала.

Методы

Решению исследовательских задач способствовало применение следующих методов:

- контент-анализ источников, описывающих состояние проблемы;
- описание различных методов воздействия с целью формирования единого подхода к решению проблемы;
- общетеоретические методы исследования: анализ, синтез, метод обобщения, сравнения, классификации, аналогии, абстракции.

Результаты

Термин «мотивация сотрудников» может быть сегодня интерпретирован по-разному. Абдуллаева Н.Э. считает, что мотивация – это процесс внутреннего и внешнего психологического управления поведением, сочетающий интеллектуальные, физиологические и психологические подпроцессы, заключающийся в стимулировании самого себя или других на деятельность, направленную на достижение индивидуальных целей или общих целей организации [1]. По мнению А.М. Руденко, мотивация – это процесс стимулирования сотрудника или группы людей к действиям, приводящим к осуществлению целей организации [9].

В данном случае рассматривается внешнее стимулирование сотрудников при отсутствии психологического аспекта. Худякова П.В. и Аршанская О.В. в своей работе рассматривают мотивацию с другой точки зрения: это процесс удовлетворения человеком своих потребностей в ходе выполнения профессиональных задач, осуществляемых для достижения собственных целей, согласованных с целями организации [8]. По нашему мнению, система мотивации подразумевает комплекс мер, направленных на побуждение сотрудников к достижению целей предприятия и удовлетворению собственных нужд и желаний. Вагапова Ю.Р. разделяет мотивацию на несколько видов (рис. 1).

В профильной литературе под материальной мотивацией понимают стимулирование с помощью денежных средств (премии, надбавки, процент от продаж и т.д.). Материальное стимулирование считается эффективным, но краткосрочным, поэтому система мотивации организации не может строиться только на материальном подходе [4]. Мотивацию нематериального вида разделяют на денежную и неденежную. К первой относятся блага, не связанные напрямую с финансами, такие как путевки в санаторий, подарки и т.д., ко второму, – социальное одобрение, возможности карьерного роста и др. По нашему мнению, для наиболее эффективного воздействия на персонал необходимо комбинировать материальные и нематериальные стимулы, опираясь на принципы кадровой политики и цели организации. Важно понимать и учитывать желания сотрудников, так как в основе процесса мотивации лежат человеческие потребности, для удовлетворения которых выполняются определенные действия (рис. 2).



Рис. 1. Классификация видов мотивации (составлено по [4])

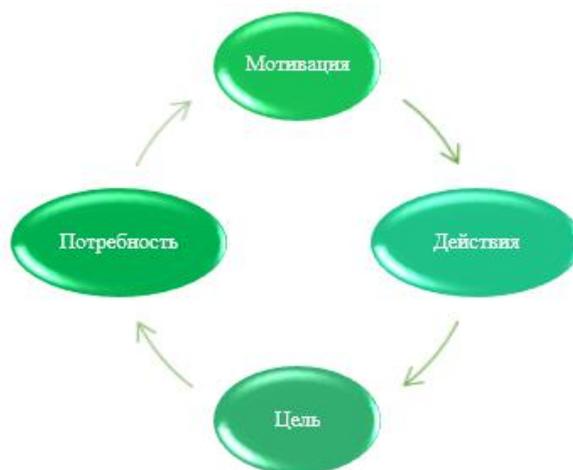


Рис. 2. Структура процесса мотивации [2]

В условиях цифровизации экономики, существенного изменения содержания труда, распространения удаленной занятости именно потребности остаются стимулами, побуждающими работника к деятельности. Мотивированный своими потребностями, сотрудник выполняет различные действия для их удовлетворения, что выступает конечной целью его активности [5]. Таким образом, при разработке стратегии трудовой мотивации трудового коллектива необходимо рассматривать ее как процесс достижения целей трудового коллектива и организации в двустороннем порядке. При разработке системы мотивации часто используют кадровый аудит, позволяющий рассмотреть и оценить систему кадрового менеджмента, выявить закономерности, динамику показателей, причинно-следственных связей и т.д. [11]. Так, Бурлакова А.Е. и Хадасевич Н.Р. рассматривают кадровый аудит как проверку по двум направлениям – изучение существующей системы мотивации труда и оценка удовлетворенности персонала системой мотивации (рис. 3).



Рис. 3. Векторы развития кадрового аудита (составлено по [3])

В рамках изучения системы мотивации аудитор рассматривает общий вид системы мотивации, изучая различные документы организации и проводя интервью и опросы сотрудникам, занимающим управленческие должности. Анкетирование рядовых сотрудников помогает понять потребности и ценности персонала, выявить отношение сотрудников к существующей мотивационной системе предприятия, определить необходимость в изменениях. При оценке удовлетворенности персонала также есть возможность определить степень мотивации сотрудников, что обусловлено эффективностью действующей системой мотивации в организации [3]. Коротаев Д.А. утверждает, что при разработке системы мотивации необходимо оценивать персонал с учетом различий сотрудников по демографическим, психологическим, поведенческим и другим признакам. В таблице приведем основные отличия персонала по различным признакам.

Отличия персонала по различным признакам (составлено по [6])

| Признак | Сущность отличия |
|------------------------------|---|
| Пол | Мотивация для мужчин и женщин отличается в силу психологии поведения, стиля и целей жизни |
| Возраст | Сотрудники молодого возраста более мотивированы к работе, для них важен карьерный рост, в то время как старшие сотрудники ставят в приоритет стабильность и размер пенсии |
| Размер и престиж предприятия | В крупных компаниях сотрудники более мотивированы, так как присутствует больший потенциал для карьерного роста, чем в малом и среднем бизнесе |

Проведя анализ актуального пула научно-методической литературы о трудовой мотивации, различиях персонала при создании профильной системы, подчеркнем, что ее инструменты будут оперативно воздействовать на всех сотрудников, что позволит быстрее добиться желаемого результата.

Обсуждение

Говоря об интересах различных сотрудников, нужно помнить, что нематериальная мотивация имеет место только при удовлетворении финансовых потребностей. Если уровень дохода, который компания предлагает сотруднику, не будет удовлетворять его запросы, нематериальные блага не будут иметь большой значимости. Фандий К.В. и Воропаева А.Г., описывая в своей работе материальную и нематериальную мотивацию, ссылаются на пирамиду Маслоу [10]. Физические потребности человека находятся в ее основании, перед духовными, а для удовлетворения физических потребностей важен финансовый, то есть материальный, аспект трудовой деятельности. Вместе с тем Хегай В.И. считает, что для оптимизации мотивационной системы предприятия важно также учитывать теорию ожиданий Виктора Врума [12], согласно которой сотрудники должны понимать прямую зависимость результата их труда от приложенных усилий. Ляндау Ю.В., Мрочковский Н.С., Захарова Т.И. и Садыкова К.В. утверждают, что наибольшего эффекта можно достигнуть, применяя индивидуальную систему мотивации для каждого отдельного работника [7]. Речь идет не только о комбинировании материальной и нематериальной мотивации для различных сотрудников, но также и о других методах, например, мотивационной беседе, в ходе которой обе стороны (сотрудник и руководитель) обсуждают предпочтения, желания, ожидания от работы и т.д. Такая беседа позволяет руководителю понять потребности работников и разработать систему мотивации, эффективно воздействующую как на каждого из них, так и на весь персонал в совокупности. На наш взгляд, процесс создания эффективной системы мотивации – достаточно длительный и трудоемкий, он состоит из пяти этапов (рис. 4).



Рис. 4. Процесс оптимизации системы мотивации на предприятии (составлено по [11,12])

Первоначально необходимо оценить систему мотивации на предприятии, чтобы понять, какие ошибки были допущены и какие изменения могли бы вызвать рост производительности труда. Далее следует с помощью искусственного интеллекта изучить персонал – оценить каждого сотрудника по различным признакам с целью выявления индивидуальных и групповых потребностей. На этом этапе становится понятно, как именно следует мотивировать персонал основываясь на предпочтениях и ожиданиях работников. На следующем этапе разрабатывается непосредственно система мотивации, основанная на результате предыдущих действий, которую потом внедряют в компании. Завершающим этапом процесса выступает контроль эффективности мотивационной системы. Это позволяет отследить изменения показателей хозяйственной деятельности предприятия для выявления результатов проведенных преобразований. Заметим, что в долгосрочной перспективе указанный процесс становится циклическим в силу изменений в кадровом составе предприятия (кадровый голод) и его конъюнктурном окружении (санкции, экологическая безопасность, импортозамещение и т.д.).

Заключение

Таким образом, мы пришли к следующим выводам:

- мотивация персонала имеет значительное влияние на результаты работы предприятия, т.к. от нее во многом зависит производительность труда;
- для разработки наиболее эффективной системы мотивации необходимо изучить и оценить весь кадровый состав, поскольку результат мотивации во многом зависит от понимания потребностей различных сотрудников;
- процесс оптимизации мотивационной системы на предприятии имеет циклический характер, так как с изменением внешней среды предприятия и состава персонала эффективность существующей системы трудовой мотивации может изменяться как в лучшую, так и в худшую сторону.

Литература

1. Абдуллаева Н.Э. Мотивация персонала // Экономика и социум, 2020. – № 5-1.
2. Баженов С.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ», 2018. – Т. 7. – № 4.
3. Балашова Н.В. К вопросу оплаты труда работников государственных учреждений / Н.В. Балашова, Д.В. Коновалова // Baikal Research Journal, 2023. – Т. 14. – № 3. – С. 910–918.
4. Бурлакова А.Е., Хадасевич Н.Р. Некоторые аспекты оптимизации процессов мотивации персонала в организации // Экономика и социум, 2016. – № 1.
5. Вагапова Ю.Р. Мотивация и стимулирование персонала// Вестник науки, 2020. – № 1.
6. Давлетов И.И., Гурьянов В.В., Клячин А.О. Мотивация персонала // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral», 2020. – № 1.
7. Коротаев Д.А. Методы оценки мотивации персонала на предприятиях // Наука и образование сегодня, 2018. – № 9.
8. Мунгалов В.Н. Распределение активности человека и профессиональное выгорание / В.Н. Мунгалов, А.А. Бухтоярова // Baikal Research Journal, 2024. – Т. 15. – № 1. – С. 236–247.

9. Фонталова Н.С. Взаимосвязь карьерных ориентаций личности будущего специалиста с их социальной эффективностью / Н.С. Фонталова, В.И. Рерке // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права), 2015. – Т. 6. – № 3.

10. Чистякова О.А. Цифровая трансформация ресурсного потенциала учетно-аналитических работников в подготовке конкурентоспособных акторов сферы услуг / О.А. Чистякова, Е.В. Жданова // Baikal Research Journal, 2024. – Т. 15. – № 1. – С. 58–70.

11. Pasechkina T.N. Creating reating professionally oriented tasks of communicative nature: from teaching experience // Juvenis scientia, 2019. – P. 23–26.

12. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). Science, Technology and Industry Outlook. 2008 OECD Code: 922008108E5 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oecd.org/html>.

**РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗНАЧЕНИЯ
В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ КЛИМАТИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ
РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ НА ЭТАПЕ ФОРМИРОВАНИЯ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА**

D.E. Danilov

**IMPLEMENTATION OF A PROJECT OF NATIONAL IMPORTANCE
IN THE STRATEGIC PLANNING OF CLIMATE POLICY
OF THE RUSSIAN ECONOMY AT THE STAGE OF FORMATION
OF TECHNOLOGICAL SOVEREIGNTY**

Ключевые слова: низкоуглеродное развитие, инновационный проект, государственный проект, устойчивое развитие, технологический суверенитет, выбросы газов, парниковые газы, климатическая политика.

Keywords: low-carbon development, innovative project, state project, sustainable development, technological sovereignty, gas emissions, greenhouse gases, climate policy.

Цель: определить место реализуемого важнейшего инновационного проекта государственного значения (ВИП ГЗ) в стратегическом планировании климатической политики российской экономики на этапе формирования технологического суверенитета. Обсуждение: в статье рассматриваются мероприятия ВИП ГЗ, которые предусматривают взаимодействие научных центров и федеральных органов власти ответственных за осуществления климатической политики в долгосрочной перспективе. Кроме того, Концепция технологического развития учитывает мероприятия ВИП ГЗ для формирования технологического суверенитета в среднесрочном периоде. Результаты: автор приходит к выводу о том, что мероприятия ВИП ГЗ необходимы для реализации климатической политики в существующих условиях для российской экономики и предусматривают «опору» на передовые отечественные научные достижения в естественно-научной сфере. Эти достижения гармонизируют с ранее подписанными и ратифицированными Российской Федерацией соглашениями и договорами международного уровня, которые обеспечивают реализацию мероприятий мировой климатической повестки.

Purpose: to determine the place of the implemented most important innovative project of national importance (VIP GZ) in the strategic planning of climate policy of the Russian economy at the stage of formation of technological sovereignty. Discussion: the article examines the measures of VIP GZ, which provide for the interaction of scientific centers and federal government agencies responsible of the implementation of the climate policy in the long term. Furthermore, Concept of technological development takes into account the activities of VIP GZ for the formation of technological sovereignty in the medium term. Results: the author concludes that, an activities of VIP GZ are necessary for the implementation of climate policy in the existing conditions for the Russian economy and provide the “reliance” on advanced domestic scientific achievements in the natural sciences, These achievements harmonize with agreements and treaties of the international level, that ensure the implementation of the global climate agenda.

Электронный адрес: danilov.dmitriy.ev@yandex.ru

Введение

В связи с утвержденными 17 Целями в области устойчивого развития, разработанными в прошлом десятилетии XXI века, низкоуглеродное развитие и связанные с ним эколого-климатические, технологические и прочие вопросы являются крайне актуальными в наше время, и этим вопросам уделяют внимание на международном уровне. Соответствующие международные договора и соглашения, если они не противоречат Конституции РФ, также принимаются российской экономикой, как подчеркивается в ряде работ [1,6,13]. Так, в частности, в упомянутых работах отмечается вовлеченность не только Минприроды России, Росгидромет и Росприроднадзор, которые в сферу своих обязательств принимают управленческие решения по урегулированию экологических вопросов, но также отражается участие Банка России (Центрального банка Российской Федерации – ЦБ РФ) – мегарегулятора денежной массы национальной экономики, который разрабатывает рекомендации по финансовым аспектам устойчивого развития (например, по раскрытию финансовой информации, связанной с изменением климата), а в связи с наличием непосредственной связи с социально-экономическими вопросами ответственным органом власти по реализации климатической политики в России определен Минэкономразвития России. Как отмечается в упомянутых выше работах, были приняты соответствующие нормативно-правовые акты (начиная от федеральных законов, которые определяют «эколого-климатический контур», до отдельных распоряжений и постановлений Правительства РФ и ведомственных актов), определяющие правила и методы регулирования парниковых и иных климатически активных газов, предусматривающие определение целевых показателей в спектре отраслей на которые каждая отрасль и соответствующий отраслевой орган власти должен ориентироваться при реализации мероприятий по развитию курируемых отраслей.

В России при проработке отраслевых документов, государственных программ и иных документов стратегического планирования руководствуются Федеральным законом от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ [5]. При этом, несмотря на необходимость в соблюдении тренда низкоуглеродной (зеленой) экономики на государственном уровне для России [1,5,6,13], соответствующие отраслевые стратегии наиболее углеродоемким отраслям экономики (отрасли, которые генерируют наибольший объем парниковых газов), которые предопределяют около 98% общего объема выбросов парниковых газов национальной экономики, регламентируются мероприятия, которые противоречат утвержденной в октябре в 2021 г. Стратегии низкоуглеродного развития (далее – Стратегия) [10], и могут вместо снижения выбросов наоборот, увеличить соответствующие выбросы парниковых газов. Например, было определено, что увеличение площадей пастбищ и увеличение поголовья скота, с одной стороны, демонстрирует результативность развития сельского хозяйства, а с другой стороны, эти мероприятия, в соответствии с оценками изложенных в Руководящих принципах МГЭИК, приведут к увеличению выбросов парниковых газов, что является контрпродуктивным при намерении в достижении углеродной нейтральности в долгосрочном периоде российской экономикой. Технологическое развитие и переоснащения устаревшего автопарка транспортного комплекса национальной экономики было «отброшено» и цель в необходимом переходе на более экологически чистые виды

двигателя и топлива выглядит сомнительной в ближайшей перспективе. В стратегиях развития строительства и ЖКХ и промышленного производства не предусмотрены мероприятия по повышению энергоэффективности – переход на классы А и А+, что требуется согласно Стратегии [12], а ограничиваются исключительно совокупным объемом снижения выбросов парниковых газов без дифференциации по видам зданий (этажность, технологические характеристики и пр.). Важно напомнить, что Стратегия является межотраслевой и соответствует принципам документов стратегического планирования в соответствии с Федеральным законом № 172-ФЗ и, согласно п. 2 Стратегии, отраслевые документы и государственные программы должны руководствоваться положениями Стратегии и предусматриваться мероприятия, которые не противоречат изложенным в Стратегии. В ранних исследованиях отмечалось, что Стратегия, формулирующая тренд низкоуглеродного развития и определяющая государственные меры в спектре отраслей, опирается на оценки, полученные в контуре составленного межотраслевого баланса – то есть осуществлен упор на научно-экспертных оценках, что на современном этапе развития России крайне важно.

Кроме того, было отмечено, что Стратегия была утверждена до ввода санкций в отношении российской экономики, воздействие которых повлекло увеличение выбросов парниковых газов в том числе генерируемых наиболее углеродоемкими отраслями экономики, которые определяют около 98% всех выбросов парниковых газов на территории России. Для повышения устойчивости российской экономики в условиях «санкционного гнета» была утверждена Концепция технологического развития (Концепция) [4], которая рассчитана до 2030 года, в то время как Стратегия определена до 2050 года, что подталкивает к мысли о том, что Концепция, которая также как и Стратегия имеет межотраслевой характер, в действительности должна учитывать в том числе и низкоуглеродный тренд развития российской экономики, который крайне важен для России в силу участвующих климатических изменений, которые детектируются на всей территории страны. Ввод стабилизационных мер оправдан тем, что посредством государственного регулирования (которое может проявляться в виде стратегического планирования), можно нивелировать воздействие экономических шоков, которые являются причиной структурной перестройки национальной экономики [11,12]. Важно отметить, что Ежегодные Послания Президента РФ в соответствии с Конституцией РФ и согласно Федеральному закону № 172-ФЗ, также определяются документами стратегического планирования, в которых формулируется и определяется курс развития государства во внешней и внутренней государственной политике на ближайший период, и подытоживаются результаты прошедшего периода. Важно отметить, что в Послании Президента РФ от 21 апреля 2021 г. [7] отмечалось о создании трех инновационных проектов, которые в дальнейшем стали именоваться важнейшими инновационными проектами государственного значения (ВИП ГЗ). Соответствующие проекты реализуются в важных для национальной экономики сферах, и при этом, что особенно важно в существующих условиях для национальной экономики, мероприятия этих проектов будут реализовываться преимущественно посредством использования отечественных решений, знаний и технологий. В дальнейшем за разработку соответствующих направлений были определены ответственные органы власти: (1) изменение климата – Минэкономразвития России и Минприроды России; (2) низкоуглеродная энергетика – Минэнерго России; (3) оперативное реагирование на инфекционные заболевания – ответственный Минпромторг России. При этом, как отмечал заместитель председателя Правительства РФ Дмитрий Чернышенко, первый ВИП ГЗ уже реализуется с 2022 года, в то время как к реализации двух других планируется приступить в 2024 году [3,11]. Комплекс мероприятий функционирующего ВИП ГЗ по климату утвержден распоряжением Правительства РФ от 29 октября 2022 г. № 3240-р [1,6], в котором определены два этапа реализации: первый этап мероприятий будет реализовываться до 2024 года, а второй этап – до 2030 года, при этом полученные данные в рамках ВИП ГЗ будут использоваться для корректировки мероприятий плана реализации Стратегии, а также будут учтены при реализации Концепции для повышения устойчивости национальной экономики к внешним ограничениям.

Методы

Российская Федерация, как страна, которая ратифицировала ключевые международные договора и соглашения по снижению негативного воздействия и решению эколого-климатических проблем, а также имеющая самую большую территорию страны, располагаемую в различных климатических поясах, намерена реализовать государственную политику по снижению выбросов парниковых газов, даже несмотря на введенные санкции и необходимость в формировании технологического суверенитета [4]. В соответствии с Концепцией, достижение в рамках ВИП ГЗ должны быть учтены при обеспечении технологического суверенитета российской экономики, а соответствующие климатические (и связанные с ними экологические) вопросы, которые необходимо решать, также являются важными для России. На основе анализа изложенных в ВИП ГЗ мероприятий можно утверждать, что формируется научная фундаментальность, которая соответствует стандартам, принятым на международном уровне в рамках реализации необходимых мер по предотвращению климатических изменений, которая проявляется во взаимном сотрудничестве научных центров и государственных структур, ответственных за реализацию климатической повестки на территории российской экономики.

Результаты

ВИП ГЗ по климату несет название «Единой национальной системы мониторинга климатически активных веществ», в котором оператором регламентированных мер определен Минэкономразвития России – ответственный орган власти за реализацию климатической политики в России. В проекте отражено, что для достижения возложенных задач, будет использоваться созданный еще со времен Советского Союза научный «задел», а также передовые достижения по мониторингу и детектированию газов, которые определяются на мировом уровне в рамках климатической повестки. Кроме того, подчеркивается «комплексность» как предлагаемых решений, так и стоящие перед мировым сообществом проблем по климатическим изменениям – определяется естественно-научная и гуманитарная (социально-экономическая) специфика, которые крайне важно привести к синергии для принятия более взвешенных решений на управленческом уровне, что обеспечит не только плавный переход, но также приблизит к цели Стратегии – повышение благосостояния населения. Мероприятия ВИП ГЗ предусматривают:

- утверждение временного перечня климатически активных веществ;
- определение и включение необходимой информации для соответствующего мониторинга таких веществ;
- анализ возможностей дистанционного зондирования территории России для осуществления необходимого картографирования территории;
- определения воздушных потоков газов, за которыми осуществляется мониторинг.

Кроме того, предусмотрены мероприятия, которые направлены на проработку возможностей государственно-частного партнерства (ГЧП) в содействии по достижению определяемых целей и задач в рамках проекта, а также предусмотрены меры по обучению кадров необходимым компетенциям для обеспечения мониторинга детектируемых веществ. По мере реализации

мероприятий перед которыми определены сроки и результаты, также предусмотрено уточнение задач ответственных органов власти в рамках регламентированных мероприятий. В ВИП ГЗ предусмотрены мероприятия по мониторингу состояния экосистем, которые имеют способность к поглощению парниковых газов – леса, водно-болотные угодья, водные поверхности (моря и прибрежные к территории России океаны), почвы, которые необходимо верифицировать для понимания общей емкости пулов углерода, а также для определения «поглощающих мощностей» экосистем. Также предусмотрены мероприятия по снижению издержек (техническое перевооружение, цифровизация и актуализация) при составлении Национального кадастра антропогенных выбросов, который на регулярной основе Россией, как полноправной страной-участницей, предоставляется в секретариат РКИК ООН.

Обсуждение

Утвержденный ВИП ГЗ уникальный в своем роде проект, реализация которого крайне необходима для российской экономики в условиях необходимости формирования технологического суверенитета, и, чтобы не быть «отрезанной» экономикой от мировых проблем, проект учитывает международные правила, изложенные в Руководящих принципах МГЭИК, на основе которых формируется Национальный кадастр, что демонстрирует полное соблюдение всех международных норм и правил. Важно подчеркнуть, что с инициативой в продвижении научных достижений в рамках государственного проекта выступала заместитель Председателя РФ Виктория Абрамченко в июле 2023 г., так как соответствующие результаты не только будут способствовать достижению соответствующих целей по климату на территории России, но также обеспечат продвижение российской стороны на международном уровне – на конференциях сторон РКИК ООН, в которых Россию, как полноправного члена-участника в последние несколько лет представляет делегация, возглавляемая советником Президента РФ по вопросам изменения климата Р. Эдельгериевым [2,8,9]. Взаимная увязка мероприятий в рамках осуществления ВИП ГЗ гармонизирует с ранее принятыми нормативными актами государственного уровня, направленными на регулирование парниковых газов и климатически активных веществ, которые соответствуют видам газов, определяемых на международном уровне [13]. Как ранее было отмечено, ВИП ГЗ предусматривает реализацию двух этапов. Так, к 2025 году, к концу первого этапа, должна быть проработана климатическая модель Земли мирового уровня, экологический мониторинг должен стать более широким (точным и эффективным), что в последствии будет использовано при построении и корректировке сценариев и прогнозов социально-экономического развития экономики России до 2050 года. Второй этап, который рассчитан до 2030 года (что совпадает с периодом реализации Концепции), подразумевает завершение ранее определенных мероприятий, что позволит аккумулировать полученные в рамках реализации проекта достижения.

Заключение

Результаты реализации ВИП ГЗ по климату, который является первым, и на данный момент единственным из трех действующих, должны учитываться при реализации государственных мероприятий, определенных в Концепции. Кроме того, опыт взаимодействия научных центров и ответственных органов власти в рамках реализации мероприятий ВИП ГЗ, может оказаться востребованным при реализации других двух, когда они будут утверждены. Можно утверждать, что в рамках реализации климатической политики российской экономики осуществляется тесное сотрудничество органов власти и ученых-экспертов, что позволит в дальнейшем снизить возможные издержки при реализации государственной политики, которые усиливаются под воздействием санкционных ограничений. Фактически, необходимость в одновременном повышении качества принимаемых государственных мер в рамках климатической политики, а также в связи с необходимостью в формировании технологического суверенитета, может позитивно отразиться в связи с переориентацией внимания органов власти на отечественные научные разработки.

Литература

1. В России появится национальная система мониторинга климатически активных веществ [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/v_rossii_poyavitsya_nacionalnaya_sistema_monitoringa_klimaticheski_aktivnyh_veshchestv.html?ysclid=lvjm63xjth185906048.
2. Виктория Абрамченко совершила рабочую поездку в «Сириус» [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/news/49151/>.
3. Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации. Стенограмма заседаний. Бюллетень № 176 (2091) от 6 декабря 2023 года. Издание Государственной Думы.
4. Концепция технологического развития на период до 2030 года – Распоряжение Правительства РФ от 20 мая 2023 года № 1315-р.
5. О стратегическом планировании в Российской Федерации – Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ.
6. Об утверждении важнейшего инновационного проекта государственного значения "Единая национальная система мониторинга климатически активных веществ" и плана мероприятий ("дорожной карты") по реализации первого этапа (2022-2024 гг.) важнейшего инновационного проекта государственного значения «Единая национальная система мониторинга климатически активных веществ» – Распоряжением Правительства РФ от 29 октября 2022 года № 3240-р.
7. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 21 апреля 2021 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/>.
8. Россия презентовала проект системы мониторинга климата арабским странам, собирается продвигать ее на площадках ЕАЭС, ШОС и БРИКС [Электронный ресурс]. URL: <http://www.finmarket.ru/news/6087975?ysclid=lqaka55myk6279369>.
9. Руслан Эдельгериев возглавит делегацию России на конференции ООН по климату [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2023/11/29/1008412-ruslan-edelgeriev-vozglavit-delegatsiyu?ysclid=lppfnk0myb152510014>.
10. Стратегия социально-экономического развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года – Распоряжение Правительства РФ от 29 октября 2021 года № 3052-р.
11. Чернышенко рассказал о подготовке проектов госзаданий [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20231127/chernyshenko-1912173816.html?ysclid=lvfjxv5tjk901852915>.
12. OECD Science Technology and Industry Outlook 2014. OECD Publishing, 2014. – 480 p.
13. Yulek M. Economic Planning and Industrial Policy in the Globalizing Economy: Concepts, Experience and Prospects // London: Springer, 2015. – 395 p.

УДК 338.26

А.Б. Долгушин

**ПРИНЦИПЫ ЭКОНОМИКИ ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА
В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
УСТОЙЧИВОГО СОЦИО-ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

A.B. Dolgushin

**PRINCIPLES OF CIRCULAR ECONOMY IN THE PUBLIC
ADMINISTRATION SYSTEM OF SUSTAINABLE
SOCIO-ECOLOGICAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT**

Ключевые слова: устойчивое развитие, государственное управление, замкнутый цикл, экосистемные циклы, отходы, экосистемные услуги, окружающая среда, потребление.

Keywords: sustainable development, public administration, closed loop, ecosystem cycles, waste, ecosystem services, environment, consumption.

Цель: разработать научно-обоснованную систему принципов экономики замкнутого цикла для государственного управления в Российской Федерации. Обсуждение: разработанная модель экономики замкнутого цикла на основе модели допустимого устойчивого развития в рамках социо-эколого-экономической системы учитывает роль экосистемных (биосферных) циклов в решении задач обращения с отходами на государственном уровне управления. Результаты: определена роль экономики замкнутого цикла в концепции устойчивого развития, выявлены и проанализированы существующие практические модели экономики замкнутого цикла, разработана адаптированная к государственному управлению система принципов, состоящая из 4-х основных и 4-х дополнительных (стимулирующих) принципов экономики замкнутого цикла. Анализ документов стратегического и программно-целевого планирования Российской Федерации показал, что при их разработке и реализации не в полной мере учитываются основные принципы экономики замкнутого цикла, такие как принцип предотвращения и принцип иерархии приоритетов.

Purpose: the development of a scientifically based system of circular economy principles for public administration in the Russian Federation. Discussion: the developed circular economy model based on the model of acceptable sustainable development within the socio-ecological and economic system takes into account the role of ecosystem (biosphere) cycles in solving waste management problems at the state management level. Results: the role of the circular economy in the conception of sustainable development is determined, existing practical models of the circular economy are identified and analyzed, a system of principles adaptive to public administration is developed, consisting of 4 basic and 4 additional (stimulating) principles of the circular economy. An analysis of the documents of strategic and program-targeted planning of the Russian Federation has shown that their development and implementation do not fully take into account the basic principles of the circular economy, such as the principle of prevention and the principle of hierarchy of priorities.

Электронный адрес: abdolgushin@yandex.ru

Введение

Проблема загрязнения окружающей среды отходами производства и потребления простимулировала развитие ресурсосберегающей экономики и более ответственного производства и потребления. В 2022 году в Российской Федерации образовалось 9017,3 млн т отходов производства, добычи и потребления [3]. Около 90% всех образуемых отходов потребления захоранивается на полигонах ТКО, которые не являются безопасными для окружающей среды объектами размещения отходов и по существу являются свалками отходов без надлежащего контроля безопасности. Отравляя собою почвы, грунтовые воды и атмосферный воздух свалки не только наносят экологический ущерб, но также вызывают социальные протесты населения. При этом рыночная стоимость основных фракций вторичных материальных ресурсов, содержащихся в отходах потребления и, которые безвозвратно теряются при захоронении, оценивается в более чем 500 млрд р. в год. Экологизация производства, решение проблемы загрязнения окружающей среды и переход на экономику замкнутого цикла (далее – ЭЗЦ) становятся приоритетными задачами государственного управления.

Мировой опыт решения проблемы образования и захоронения отходов подсказывает, что только циклические модели производства и потребления способны снизить негативное воздействие на окружающую среду. Получив мощный импульс от общественного мнения и профессионального экспертного сообщества о критичности экологической ситуации с обращением с отходами потребления, Российская Федерация, начиная с 2015 года, также начала активно внедрять принципы экономики замкнутого цикла в свою систему государственного регулирования обращения с отходами. На государственном уровне планируются и реализуются мероприятия, декларируемые как соответствующие основным принципам экономики замкнутого цикла, которые пока однозначно не закреплены в нормативно-правовых документах.

В научной литературе понятие и принципы ЭЗЦ еще только устанавливаются. Существует более сотни определений ЭЗЦ [14], мало работ по систематизации принципов для государственного управления. ЭЗЦ является неотъемлемой частью концепции устойчивого развития и представляется в виде модели нового, бережливого и ответственного к природным ресурсам механизма производства и потребления, при котором ресурсы максимально эффективно циркулируют в производстве и потреблении, а образование отходов минимизируется [2]. Актуальность перехода на принципы ЭЗЦ подтверждается ее отражением в виде отдельной цели по ответственному производству и потреблению среди 17-ти целей устойчивого развития ООН [12], а также в стратегических документах Российской Федерации [6-10]. Несмотря на политическую зрелость Российской Федерации кардинально изменить ситуацию в области обращения с отходами, выраженной в том числе в виде прямых поручений Президента России, направленных на развитие ЭЗЦ, фактически переход затягивается.

За 8 лет реформы, несмотря на множество принятых мер, доля утилизации только твердых коммунальных отходов (ТКО) в РФ по усредненным данным поднялась только с 5% до 9-11%, что в пересчете на общее количество образуемых отходов ничтожно мало и в целом не преломляет проблему отходов в сторону уменьшения их воздействия на окружающую среду. К 2024 году Правительство РФ осознало необходимость научно-обоснованного закрепления принципов ЭЗЦ в

документах стратегического и программно-целевого планирования, а также в законодательстве, что подтверждается активной работой государственных органов власти по разработке отраслевых стратегий по ЭЗЦ [6-10], написанию федерального закона об ЭЗЦ [5] и объединением федеральных проектов об отходах в составе Национального проекта «Экология» в новой редакции под профильным названием – Федеральный проект «Экономика замкнутого цикла» [11]. В этой связи актуально разработать научно-обоснованную систему принципов ЭЗЦ для государственного управления в РФ, что и предопределило цель данного исследования. Для достижения цели были сформулированы следующие задачи:

- определить роль ЭЗЦ в концепции устойчивого развития;
- выявить и проанализировать существующие практические модели ЭЗЦ;
- разработать систему принципов ЭЗЦ, адаптивной к государственному управлению в РФ.

Методы

В процессе исследования были использованы библиографические методы в области государственного управления социо-эколого-экономических систем, ЭЗЦ и обращения с отходами. Были применены методы сравнительного анализа, абстрагирования, синтеза, индукции и дедукции для выявления основных и дополнительных принципов ЭЗЦ для государственного управления.

Результаты

Концепция устойчивого развития появилась как реакция политиков на ухудшение экологической ситуации, вызванной интенсивным экономическим ростом. По существу, устойчивое развитие следует рассматривать как «философию» нового экономического развития с соответствующими атрибутами: сохранение окружающей среды, социальное развитие и экономическое развитие [1]. Приоритетной задачей сохранения окружающей среды является предотвращение антропогенного загрязнения окружающей среды, т.е. предотвращение образования твердых, жидких и газообразных отходов. Наиболее привлекательным способом решения проблемы отходов является их закичивание в экономических циклах в виде вторичных ресурсов. ЭЗЦ имеет, таким образом, важную роль по стабилизации взаимодействия элементов сложной и еще малоизученной социо-эколого-экономической системой в концепции устойчивого развития. В мире успешно закрепились классическая модель ЭЗЦ в виде так называемой «схемы бабочки», разработанная Фондом Эллена МакАртура в 2012 году (рис. 1) [22].

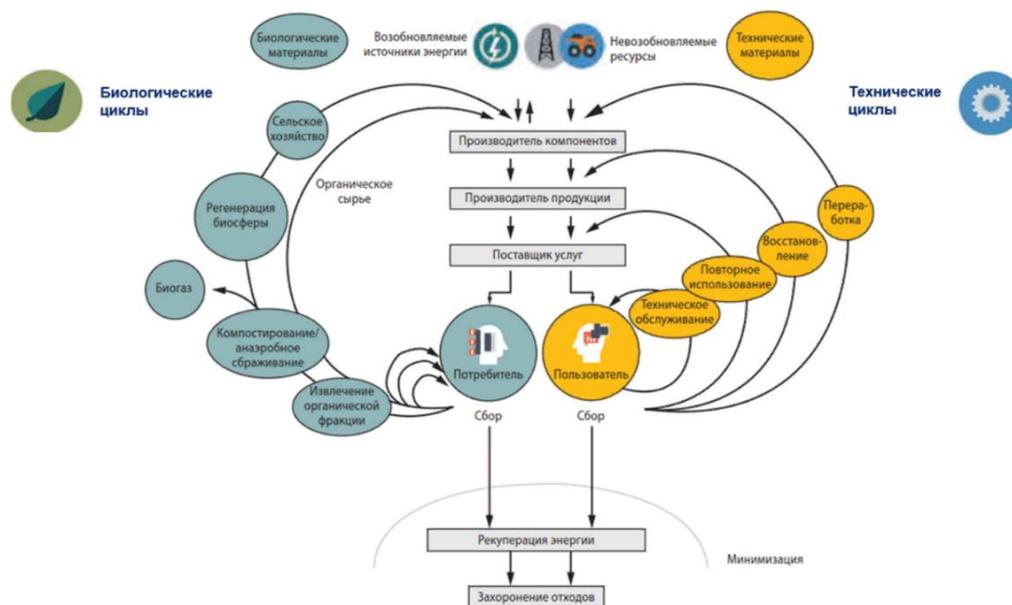


Рис. 1. «Схема бабочки» с дифференциацией на биологические и технические циклы [13]

Данная модель хорошо зарекомендовала себя в мире, успешно отразив основные принципы, приоритетность направлений и виды циклов в ЭЗЦ. Однако при ее исследовании были выявлено 4 недостатка:

- наличие возможности захоронения отходов исключает возможность их возврата в циклы, тем самым нарушая саму идею ЭЗЦ, согласно которой все отходы циркулируют в циклах;
- отсутствуют циклы перехода ресурсов в продукцию и затем в отходы, происходящие в биосфере для восстановления экосистемных услуг;
- не учтены отходы, образуемые при добыче недр и других природных ресурсов;
- не учтены отходы, образуемые при производстве товаров и услуг, а также отходы, образуемые в малых циклах, в том числе при утилизации.

ЭЗЦ является неотъемлемой частью устойчивого развития и получила своё развитие благодаря активной повестке в области устойчивого развития, изменения климата и ответственного производства и потребления. Ранее была разработана модель допустимого устойчивого развития, которая отражает круговорот вещества в социо-эколого-экономической системе (рис. 2).

Ранее было проведено исследование, обосновывающее выделение экосистемных циклов в отдельную группу циклов ЭЗЦ. На модель допустимого и устойчивого развития были наложены циклы «схемы бабочки», с учетом исправления вышеуказанных 4-х недостатков. В результате получилась модель не из двух групп циклов, как в «схеме бабочки», а из трех, где третья группа циклов раскрывала потенциальные возможности природных экосистем участвовать в переработке отходов для восстановления и развития экосистем и экосистемных услуг (рис. 3).



Рис. 2. Модель цикличности продукции и отходов в концепции допустимого устойчивого социо-эколого-экономического развития



Рис. 3. Социо-эколого-экономическая модель экономики замкнутого цикла для системы государственного управления

Анализ документов стратегического и программно-целевого планирования Российской Федерации показал, что при их разработке и реализации не в полной мере учитываются основные принципы экономики замкнутого цикла, такие как принцип предотвращения и принцип иерархии приоритетов.

Обсуждение

Социо-эколого-экономическая модель ЭЗЦ из трех групп циклов позволяет учесть роль и мощности природных экосистем по самовосстановлению. С учетом того, что более 99% образуемых в РФ твердых отходов производства и потребления относятся к неопасным или малоопасным по отношению к окружающей среде, то открываются новые направления их использования в народном хозяйстве в качестве вторичных ресурсов для экологической подсистемы. На практике ЭЗЦ на сегодняшний день воспринимается только в рамках ценности вторичного сырья, и, соответственно, приоритет отдается тем мероприятиям государственных программ, которые будут иметь краткосрочную или среднесрочную коммерческую выгоду. Однако в случае с биосферными циклами такая выгода не имеет краткосрочного горизонта планирования, т.к. естественное восстановление экосистем длится десятилетиями, а продукты экосистемных услуг в виде возобновляемых ресурсов природного капитала (чистая вода и воздух, почвы, восстановление биоразнообразия и др.) [15] не поддаются экономико-математическому исчислению [4].

Получается, что продукты экосистемных услуг важны для любого развития, но поддержание их состояния не входит в задачи современной экономической модели потребления. Единственным интересантом развития экосистемных услуг в долгосрочной и сверхдолгосрочной перспективе является институт государства, которому всегда будет выгодно иметь экологически чистые продукты экосистем. В таком случае государственная политика РФ по развитию ЭЗЦ должна быть существенно скорректирована в сторону более долгосрочных задач. Ранее изучение законодательства и документов программно-целевого планирования в области ЭЗЦ стран Европы и Азии, а также ретроспективный анализ отечественного опыта реализации механизмов ЭЗЦ позволил выявить 8 принципов ЭЗЦ, разработать систему методов, механизмов и инструментов государственного регулирования обращения с отходами. Таким образом, принципы ЭЗЦ при государственном регулировании можно дифференцировать на основные (научно-теоретические) и дополнительные (стимулирующие развитие). Основные принципы: устойчивого развития; предосторожности; иерархии; цикличности. Дополнительные принципы: информирования; близости; наилучших доступных технологий (НДТ); ответственности (в том числе «загрязнитель платит»).

Заключение

В результате данного исследования усовершенствована и представлена социо-эколого-экономическая модель ЭЗЦ, адаптированная к применению в государственном управлении. Были выявлены и дифференцированы принципы ЭЗЦ на основные (научно-теоретические) и дополнительные (стимулирующие), которые могут быть использованы при государственном регулировании системы обращения с отходами.

Литература

1. Бабкин А.В., Мерзликина Г.С. Архитектура гудвилла в рамках концепции устойчивого развития и ESG-повестки // *π-Economy*, 2023. – № 16. – С. 41–59.
2. Бобылев С.Н., Соловьева С.В. Циркулярная экономика и ее индикаторы для России // *Мир новой экономики*, 2020. – № 14. – С. 63–72.
3. Государственный доклад о состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2022 году [Электронный ресурс]. URL: https://www.mnr.gov.ru/docs/gosudarstvennyye_doklady/gosudarstvennyy_doklad_o_sostoyanii_i_ob_okhrane_okruzhayushchey_sredy_rossiyskoy_federatsii_v_2022_/.
4. Коробицын Б.А. Методический подход к учету истощения природных ресурсов, изменения состояния окружающей среды и человеческого капитала в валовом региональном продукте // *Экономика региона*, 2015. – № 3. – С. 77–88.
5. Минприроды инициирует разработку законопроекта о переходе к экономике замкнутого цикла, предполагающей переработку и использование отходов при производстве новой продукции \ КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <https://www.consultant.ru/law/hotdocs/70557.html>.
6. О Стратегии развития промышленности по обработке, утилизации и обезвреживанию отходов производства и потребления на период до 2030 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 25 января 2018 г. № 84-р.
7. Паспорт отраслевой программы "Применение альтернативного топлива из отходов в промышленном производстве на 2022-2030 годы" (утв. Правительством РФ 28 декабря 2022 г. № 16042п-П11). [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/406222339/>.
8. Паспорт отраслевой программы "Применение вторичных ресурсов и вторичного сырья из отходов в промышленном производстве" (утв. Правительством РФ 17 ноября 2022 г. № 13493п-П11). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405781899/>.
9. Паспорт отраслевой программы "Применение вторичных ресурсов и вторичного сырья из отходов в сфере сельского хозяйства на 2022 - 2030 годы" (утв. Правительством РФ 29 декабря 2022 г. № 16133п-П11). [Электронный ресурс]. URL: <https://rulaws.ru/acts/Pasport-otraslevoy-programmy-solt-cuibfhgc/>.
10. Паспорт отраслевой программы «Применение вторичных ресурсов, вторичного сырья из отходов в сфере строительства и жилищно-коммунального хозяйства на 2022-2030 годы» в части вовлечения отходов, образующихся при строительстве объектов капитального строительства, транспортной инфраструктуры и сетей инженерно-технического обеспечения их реконструкции, капитального ремонта, сноса, а также отходов, образующихся при функционировании объектов жилищно-коммунального хозяйства, и отходов иных отраслей в экономический оборот на период до 2030 года (утв. Правительством РФ 10 октября 2022 г. № 11795п-П11). [Электронный ресурс]. URL: <https://minstroyrf.gov.ru/docs/231814/>.
11. Паспорт Федерального проекта «Экономика замкнутого цикла» [Электронный ресурс]. URL: https://news.solidwaste.ru/wp-content/uploads/2022/07/EZTs_pasport.pdf.
12. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН от 25 сентября 2015 года № A/RES/70/1 «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» // ЮНКТАД: Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию [Электронный ресурс]. URL: https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ares70d1_ru.pdf.
13. Circular economy system diagram Source: Ellen MacArthur Foundation. (February 2019). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org>.
14. Kirchherr J. Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions / J. Kirchherr, D. Reike, M. Hekkert // *Innovation Studies Group, Copernicus Institute of Sustainable Development. The Netherlands: Utrecht University*, 2017.
15. Lok M., Benson E., Gough M., Ahlroth S., Greenfield O., Confino J., Wormgoor W. Natural capital for governments: what, why and how (4 February 2019). [Электронный ресурс]. URL: <https://capitalscoalition.org/wp-content/uploads/2019/02/GDNC2018-005-WS3-Natural-capital-for-governments-Fi-nal-28-02-2019.pdf>.
16. Towards the circular economy. The Ellen MacArthur Foundation. – 2013. – V. 1. – 98 p.

УДК 339

Л.И. Егорова, Г.Н. Библия, А.А. Шаббаев, И.Ю. Лопатина

**ЦИФРОВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ:
СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ**

L.I. Egorova, G.N. Biblja, A.A. Shabaev, I.YU. Lopatina

**DIGITAL MANAGEMENT IN CONSTRUCTION COMPANIES:
SYSTEM ANALYSIS AND DECISION-MAKING**

Ключевые слова: цифровизация, информационно-аналитическое обеспечение, управление, организации отрасли, управление собственностью, строительные организации, системный анализ, принятие решений.

Keywords: digitalization, information and analytical support, management, industry organizations, property management, construction organizations, system analysis, decision-making.

Цель: исследовать цифровой менеджмент в сфере строительных организаций на основе системного анализа. Обсуждение: в современном мире строительные компании все чаще обращаются к цифровым технологиям для оптимизации процессов управления и принятия решений. В этой статье мы рассмотрим, как системный анализ и цифровой менеджмент помогают строительным компаниям повышать эффективность и принимать обоснованные решения. Проанализировать значения индекса цифровизации в различных сферах экономики и места строительной сферы в общем рейтинге цифровизации. Результаты: цифровизация является одним из главных направлений развития в девелопменте и строительстве. Девелоперы все больше отказываются от консервативных подходов в пользу новых технологий. В этом процессе ключевую роль играют крупнейшие ИТ-поставщики в строительной сфере.

Purpose: to explore digital management in the field of construction organizations based on system analysis. Discussion: In the modern world, construction companies are increasingly turning to digital technologies to optimize management and decision-making processes. In this article, we will look at how system analysis and digital management help construction companies improve efficiency and make informed decisions. To analyze the values of the digitalization index in various sectors of the economy and the place of the construction sector in the overall digitalization rating. Results: Digitalization is one of the main directions of development in development and construction. Developers are increasingly abandoning conservative approaches in favor of new technologies. The largest suppliers in the construction sector play a key role in this process.

Электронный адрес: l-egorova@mail.ru, galinabiblja@yandex.ru, marshallars@mail.ru

Введение

Современная строительная отрасль играет важную роль в народно-хозяйственном комплексе, являясь в экономической системе фондосоздающей. Она обеспечивает обслуживание всех происходящих процессов в контексте расширенного воспроизводства. Продолжительность жизненного цикла продуктов организаций строительной отрасли, характеристики их формирования и устаревания, разнообразие стейкхолдеров, вовлеченных в процессы инвестиционно-строительного характера, обуславливают потребность в обработке огромных массивов информационных сведений, многократно изменяемых в ходе практического осуществления проектных идей в строительной отрасли. С течением времени объёмы информационных сведений возрастают, поэтому, как правило, такие стейкхолдеры, как инвестор и разработчики проекта, уже не обладают возможностью эффективно управления стоимостью конечного продукта. Это обуславливает потребность в формировании и интеграции информационно-аналитического обеспечения, способствующего информационной прозрачности параметров динамического баланса проекта, практически осуществляемого организацией строительной отрасли, на любой стадии жизненного цикла. Актуальность проблемы исследования обусловлена тем, что в настоящее время цифровизация проникает во все сферы бизнеса, включая строительную отрасль, создавая технологическую основу информационно-аналитического обеспечения в управлении организацией строительной отрасли. Цель исследования – сформировать предложения по наиболее эффективному использованию системного анализа для оптимизации процесса выявления факторов влияния на управленческие процессы на предприятиях строительной отрасли, связей между этими факторами, а также по оценке влияния факторов на результаты хозяйственной деятельности строительных предприятий. Объект исследования: цифровой менеджмент в строительных организациях. Предмет исследования: механизм системного анализа и принятия решений. Теоретическая значимость: расширение системы знаний в области цифрового менеджмента в строительных организациях. Практическая значимость: применимость предлагаемых рекомендаций при разработке целевых ориентиров развития строительных предприятий в условиях цифровизации.

Методы

Наиболее часто в практике для оценки состояния развития строительных компаний используется индексный метод. Применительно к строительным организациям главным показателем этого метода считается Индекс цифровизации строительной отрасли экономики и социальной сферы, который предоставляет возможность оценить и сравнить динамику и уровень цифровизации строительных предприятий [1,4,12]. Целесообразно отметить, что формирование задач и логического алгоритма для их решения должно осуществляться при помощи анализа конкретных функциональных составляющих информационно-аналитического обеспечения (табл. 1).

Таблица 1

Характерные черты аналитического обеспечения в контексте управления капитальной стоимостью строительного объект (авторская систематизация на основе [1,2,13])

| Переменная | Практическое осуществление проектно-строительных работ (стадия) | | |
|-----------------------------|--|---|---|
| | Предпроектная | Проектная | Строительная |
| Методический инструментарий | Традиционный офисный пакет для проектирования производственной сметы | Прикладная программа производственной сметы | Прикладные продукты проектного управления |

| Переменная | Практическое осуществление проектно-строительных работ (стадия) | | |
|--------------------------------|---|---|---|
| | Предпроектная | Проектная | Строительная |
| Функциональная | Выявление капитальных вложений в разрезе укрупнённых проектов либо параметров | Создание производственной сметы | Строительное планирование практического освоения производственной сметы, прогнозирование издержек |
| Степень точности вычислений, % | 15 | 5 | 1 |
| Входящая информация | Данные, характеризующие будущее состояние объекта, региональные регламенты | Законодательные основы. Нормативы и правила проектирования от 12.06.2024 г. | Производственная смета, организационные нормативы |
| Метод создания | Заново при помощи укрупнённой товарной номенклатуры | Заново по составляющим строительных затрат | Заново либо с помощью экспорта данных из прикладных программ производственной сметы |

В настоящее время наблюдается определенная противоречивость между общепринятой на государственном уровне методологии цифровой трансформации конкретной отрасли, а также практическим опытом организаций. Нам представляется важным проанализировать значения индекса цифровизации в различных сферах экономики и места строительной сферы в общем рейтинге цифровизации.

Результаты

По данным Государственного комитета по статистике РФ в 2021 году большинство отраслей НХК РФ улучшили свои показатели по сравнению с предыдущим годом. Наивысшие значения Индекса были зафиксированы в ИТ-сфере (33.9 пункта) и в секторе информации и связи (28.6 пункта), что объясняется высокими результатами субиндекса «Цифровые навыки персонала». Следом идет сектор высшего образования и в научная сфера. Но здесь было допущено незначительное снижение Индекса, связанное с высоким базовым эффектом: в предыдущем году, когда эти отрасли активно внедряли цифровые технологии в условиях пандемии. Наиболее низкие результаты показали строительные организации (рис. 1) [2,4].

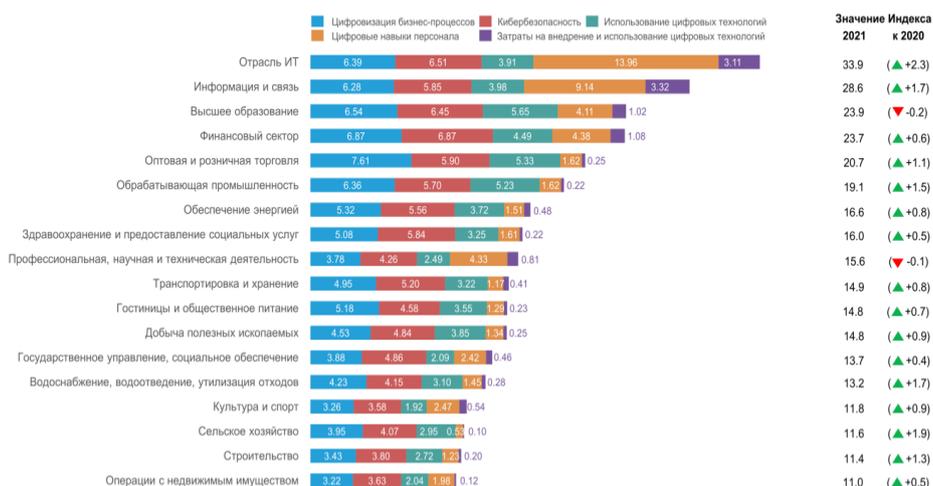


Рис. 1. Индекс цифровизации российских отраслей экономики и социальной сферы по отраслям в 2021 году [2,4]

В строительной и девелоперской отраслях цифровая трансформация охватывает множество аспектов, начиная от проектирования зданий и строительства и заканчивая продажей и последующей эксплуатацией. В процессе происходит переход от линейных моделей бизнеса к экосистемным. Многие девелоперы только начинают задумываться о создании собственных экосистем, в то время как некоторые уже активно работают в этом направлении. В последние годы глубина проникновения цифровых технологий на рынок значительно увеличивается: согласно исследованиям, 96% девелоперских и строительных компаний считают цифровую трансформацию приоритетной для бизнеса. Современные тенденции в строительной отрасли обусловлены практическим применением организациями строительной отрасли цифровых технологий в управлении инвестиционно-строительными проектами, в той или иной степени. Опрос, проведенный на базе Всероссийского съезда СРО [3], показал, что свыше 50% компаний-участников применяют в бизнес-деятельности CRM в целях управления продажами, клиентским опытом взаимодействия с организациями, около 30% компаний-участников уже интегрировали цифровые каналы маркетинга в практику, приблизительно 40% в целях наблюдения за строительством применяют дроны.

Системный анализ в контексте строительства представляет собой комплексный подход к изучению и оптимизации процессов, структур и взаимодействия элементов в строительных компаниях. Этот подход позволяет выявлять проблемные места, определять ключевые факторы успеха и разрабатывать стратегии улучшения работы организации. Одним из основных инструментов системного анализа является использование информационных технологий для сбора, анализа и визуализации данных. Системы управления проектами, системы мониторинга и контроля качества, а также программное обеспечение для анализа финансовых показателей играют важную роль в этом процессе. Цифровизация является одним из главных направлений развития в девелопменте и строительстве. Девелоперы все больше отказываются от консервативных подходов в пользу новых технологий. В этом процессе ключевую роль играют крупнейшие ИТ-поставщики в строительной сфере (рис. 2).

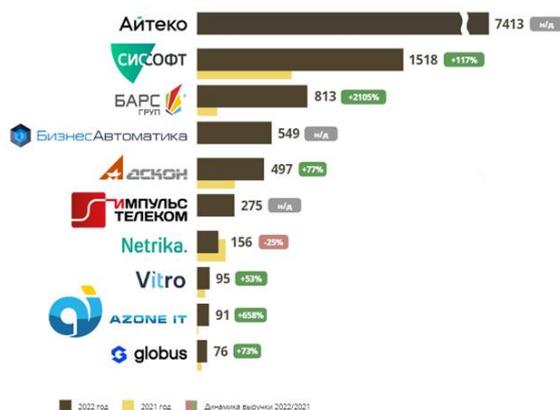


Рис. 2. Крупнейшие ИТ-поставщики в сфере строительства по выручке от реализации ИТ-проектов в этой области в 2022 году, млн р. [7]

В обновленном рейтинге TAdviser по выручке от ИТ-проектов в строительной отрасли в 2022 году приняли участие 14 компаний, среди которых были как вендоры, так и интеграторы (табл. 2).

Таблица 2

Крупнейшие ИТ-поставщики в сфере строительства по выручке от реализации ИТ-проектов [7]

| № | Название компании | Общая выручка от ИТ-проектов в строительстве в 2022 году, млн р. с НДС | Общая выручка от ИТ-проектов в строительстве в 2021 году, млн р. с НДС | Динамика 2022 / 2021, % | Крупнейшие заказчики в 2022 году |
|----|-------------------------|--|--|-------------------------|---|
| 1 | Айтеко | 7413 | н/д | н/д | н/д |
| 2 | Сиссофт | 1518 | 698 | 117,5 | н/д |
| 3 | БАРС Групп | 812,5 | 36,9 | 2104,7 | Департамент строительства города Москвы, ППК "Фонд развития территорий", ФАУ "Главгосэкспертиза России" |
| 4 | НПЦ "Бизнес Автоматика" | 549 | н/д | н/д | Минстрой России |
| 5 | АСКОН | 496,6 | 280,2 | 77,2 | н/д |
| 6 | Импульс Телеком | 274,8 | н/д | н/д | н/д |
| 7 | Нетрика | 156,3 | 208,2 | -24,9 | Администрация Губернатора Санкт-Петербурга, Комитет по строительству Санкт-Петербурга, Комитет по инвестициям Санкт-Петербурга, Комитет развития транспортной инфраструктуры Санкт-Петербурга |
| 8 | Витро Софт | 95 | 62 | 53,2 | ПИК, Газпром Лахта, А101, Спектрум, Донстрой |
| 9 | Азон | 91 | 12 | 658,3 | ООО «МИП-СТРОЙ № 1», ООО «СТРОЙИНТЕР», АО "УРСТ» |
| 10 | ГК Globus IT | 76 | 44 | 72,7 | Самолет, ПИК, ЛСР, AP Development |
| 11 | Норд Клан | 75 | 7 | 971,4 | н/д |
| 12 | Sitronics Group | 47,9 | 96,6 | -50,4 | ИНГКА СЕНТЕРС РУС ОПЕРЭЙШН ООО,ИНТЕКО АО,СТИЛОБАТ ООО,ООО ВТЬ НЕДВИЖИМОСТЬ, |
| 13 | WONE IT | 24 | 234 | -89,7 | ООО «Главстрой», АО «МегаМейд», АО «Мосстроймеханизация №4», ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП» |

Лидером общего рейтинга стала компания «Айтеко», достигнув выручки в 7,4 млрд р. от проектов цифровизации в строительной отрасли. В отдельный рейтинг вендоров, чьи решения применяются в строительстве, вошли пять компаний, среди которых наибольшую выручку показала «БАРС Групп» с 812,5 млн р. (табл. 3).

Таблица 3

Крупнейшие ИТ-вендоры в сфере строительства по выручке от реализации ИТ-проектов на базе собственных решений [7]

| № | Название компании | Выручка от ИТ-проектов в строительстве на базе собственных решений в 2022 году, млн р. с НДС | Выручка от ИТ-проектов в строительстве на базе собственных решений в 2021 году, млн р. с НДС | Динамика 2022/2021, % | Собственные решения, внедряемые в строительстве |
|---|------------------------|--|--|-----------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | БАРС Групп | 812,5 | 36,9 | 2104,7 | БАРС.СтройКомплекс |
| 2 | НПЦ "БизнесАвтоматика" | 549 | н/д | н/д | Платформа Visary, Visary BI, Visary Project, Visary ГИС, Visary ERP |

Окончание таблицы 3

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|------------|-------|-------|-------|--|
| 3 | АСКОН | 472,5 | 254,8 | 85,5 | Pilot-BIM, Pilot-ICE, Renga |
| 4 | Нетрика | 156,3 | 208,2 | -24,9 | Заказная разработка по ТЗ заказчика |
| 5 | Витро Софт | 95 | 62 | 53,2 | Vitro-CAD, Vitro Planner, Vitro-CAD online |

В 2023 году в базе данных TAdviser содержится информация более чем о 3 тыс. ИТ-проектах, реализованных в российских строительных компаниях.

Обсуждение

Среди различных типов ИТ-решений, наиболее востребованными в строительных компаниях являются: системы управления предприятием (ERP); системы электронного документооборота (СЭД/ЕСМ); системы автоматизации бизнес-процессов (рис. 3).



Рис. 3. Топ-8 классов ИТ-систем, внедренных в российской отрасли за период с 2005 по 2023 г. [7]

Вендоры ИТ-систем, наиболее часто внедряемых в строительстве. На диаграмме ниже показаны компании, разрабатывающие системы, которые чаще всего внедряются в строительном секторе, самые популярные ИТ-решения (рис.4).

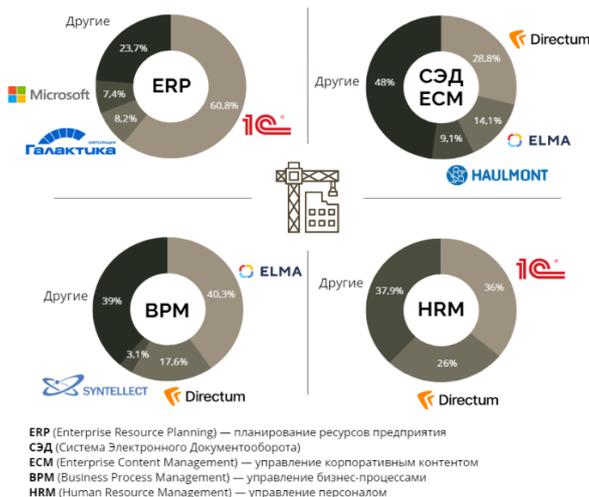


Рис. 4. Вендоры ИТ-систем, наиболее часто внедряемых в строительной отрасли России в 2023 году [8]

Отдельного внимания заслуживает рассмотрение вендоров BIM-систем, так как BIM – Информационное моделирование зданий, сооружений представляет собой технологии, позволяющие создавать и управлять цифровыми моделями возводимых зданий, сооружений, включающими всю необходимую информацию о строительном проекте: архитектурные, конструктивные и инженерные данные. Это позволяет улучшить координацию между различными участниками реализации строительного проекта, снизить количество ошибок и повысить точность планирования. По состоянию в 2023 году большая часть такого рода BIM-систем была использована в строительных проектах российских компаний (рис. 5, 6).



Рис. 5. Доли российских вендоров BIM-систем по количеству внедрений с 2012 по 2022 г. [9,10,11]



Рис. 6. Доли российских вендоров BIM-систем по количеству внедрений в 2022 году [9,10,11]

Проведенный анализ позволяет констатировать, что принятие управленческих решений в строительных компаниях требует комплексного подхода, учитывающего множество факторов: от технических и финансовых до социальных и экологических. В условиях цифрового менеджмента этот процесс становится более обоснованным и прозрачным благодаря использованию современных информационных технологий. Проведенный анализ практики применения инструментов и методов цифрового менеджмента в строительных организациях, в частности в области использования системного анализа в управлении и принятии решений, позволил классифицировать факторы влияния на факторы, обеспечивающие преимущества и факторы, противостоящие вызовам в условиях экономической нестабильности.

Заключение

Цифровой менеджмент в строительных компаниях открывает новые возможности для системного анализа и принятия решений. Использование современных цифровых технологий позволяет оптимизировать процессы управления проектами, повысить их прозрачность и снизить риск. В условиях стремительно меняющейся глобальной экономики внедрение цифрового менеджмента становится неотъемлемой частью стратегического развития строительных организаций. Цифровой менеджмент и системный анализ играют важную роль в современном управлении строительными компаниями, позволяя повышать эффективность, минимизировать риски и принимать обоснованные решения на основе данных и аналитики. В условиях быстро меняющейся рыночной среды использование цифровых технологий становится необходимостью для конкурентоспособности и успеха строительных компаний на рынке строительства.

Литература

1. Александров Д.В. Методология моделирования распределенных систем управления бизнес-процессами макропредприятий / автореферат диссертации [Электронный ресурс]. URL: <https://www.disscat.com/content/metodologiya-modelirovaniya-raspredelennykh-sistem-upravleniya-biznes-protsessami-makropredp/>.
2. Архитектура ИТ решений. Часть 1. Архитектура предприятия [Электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/ru/post/347204/>.
3. Всероссийский съезд строительных СРО и конференция «Российский строительный комплекс» [Электронный ресурс]. URL: <https://minstroyrf.gov.ru/press/v-sankt-peterburge-sostoyatsya-vsrossiyskiy-sezd-stroitelnykh-sro-i-konferentsiya-rossiyskiy-stroit>.
4. Индекс цифровизации российского подрядчика в строительстве [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--h1aocfw.xn--p1ai/#block-methodology-and-index>.
5. Исследование Института статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ «Индекс цифровизации отраслей экономики и социальной сферы», 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/785333175.pdf>.
6. Косарев М.К. Цифровые технологии в строительстве. Общий взгляд. Уровень цифровизации [Электронный ресурс]. URL: <https://niisf.org/biblio/glavnaya/tsifrovye-tehnologii-v-stroitelstve-obshchij-vzglyad-uroven-tsifrovizatsii>.
7. Обзор TAdviser. Цифровизация строительства [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php>.
8. Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.static.government.ru/media/files>.
9. Светунькова А. Нейросеть в рукаве: как цифровизация затронула сферу девелопмента. В России интерес к ИИ-технологиям на стройке растет в сдержанном темпе. Известия. 30.04.24 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/1687049/alena-svetunkova/neiroset-v-rukave-kak-tsifrovizatsiia-zatronula-sferu-developmenta>.
10. Цифровая экономика Российской Федерации: национальный проект [Электронный ресурс]. URL: https://digital.gov.ru/uploaded/files/natsionalnaya-programma-tsifrovaaya-ekonomika-rossijskoj-federatsii_NcN2nOO.pdf.
11. Черемисина Т.П. Эволюция бизнес-моделей российских строительных компаний и цифровизация отрасли // Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки, 2019. – № 12. – С. 565-582.
12. MattiasElg, Andrea Birch-Jensen, Ida Gremyr, Jason Martin, Ulf Melin Digitalisation and quality management: problems and prospects // Production Planning & Control, 2021. – № 32. – С. 990-1003.
13. Panenkov A., Lukmanova I., Kuzovleva I., Bredikhin V. Methodology of the theory of change management in the implementation of digital transformation of construction: problems and prospect // E3S Web Conf, 2021. – № 244.

УДК 334.021

Е.Ю. Колобова, А.И. Андреев

**АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СФЕРЫ НЕСТАЦИОНАРНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ**

E.YU. Kolobova, A.I. Andreev

**ANALYSIS OF SOCIO-ECONOMIC FACTORS OF THE FUNCTIONING
OF THE SPHERE OF NON-STATIONARY TRADE IN RUSSIA**

Ключевые слова: удовлетворение потребностей, ретейл, нестационарная торговля, розничная торговля, торговые объекты, микропредприятия, оборот торговли, ограничение конкуренции, дешевый сегмент, социальная инфраструктура, предприниматель.

Keywords: meeting needs, retail, non-stationary trade, retail trade, retail facilities, micro-enterprises, trade turnover, restriction of competition, cheap segment, social infrastructure, entrepreneur.

Цель: проанализировать социально-экономические факторы функционирования сферы нестационарной торговли в России, включая законодательные новеллы. Обсуждение: к актуальным проблемам нестационарной торговли в России относят сокращение числа нестационарных торговых объектов при недостаточной обеспеченности торговыми площадями; нехватку рабочей силы; влияние государства; развитие онлайн-продаж; рост стоимости аренды; внешнюю политику. НТО концептуализировали изменения в сфере труда в терминах трех социальных зон: основной, работников формального сектора в стабильных трудовых отношениях с заработной платой и льготами; зоне случайной и экстернализированной работы, часто включающей менее стабильные трудовые отношения с субподрядчиками, и зоне периферии, где работники обеспечивают себе средства к существованию за счет неформальной экономической деятельности. Результаты: значительное количество объектов розничной торговли расположено в крупных городах России, при этом нестационарная торговля представлена микропредприятиями, которые имеют большую долю среди организационно-правовых форм в малом и среднем предпринимательстве.

Purpose: to analyze the socio-economic factors of the functioning of the non-stationary trade sector in Russia, including legislative innovations. Discussion: current problems of non-stationary trade in Russia include a reduction in the number of non-stationary retail facilities with insufficient supply of retail space; labor shortage; state influence; development of online sales; increase in rental costs; foreign policy. NTOs conceptualized changes in the world of work in terms of three social zones: the mainstream, formal sector workers in stable employment relationships with wages and benefits; a zone of casual and externalized work, often involving less stable labor relations with subcontractors, and a zone of the periphery, where workers earn their livelihoods through informal economic activities. Results: a significant number of retail facilities are located in large cities of Russia, while non-stationary trade is represented by micro-enterprises, which have a large share among the organizational and legal forms in small and medium-sized businesses.

Электронный адрес: jenechos@list.ru, andreev@fgp.msu.ru

Введение

Нестационарные торговые объекты (НТО) – это представители малого и среднего бизнеса, развитие которых стратегически необходимо. Сфера нестационарной торговли является наименее формальной частью народного хозяйства [8,21]. При этом нестационарные торговые объекты представляют собой чрезвычайно серьезную конкуренцию стационарным объектам торговли, поскольку НТО увеличивает скорость доступа к товарам и услугам для населения и позволяет товаропроизводителям выгодно реализовывать свою продукцию в современных условиях [23,26]. Реализация схем бизнеса НТО позволяет развивать социальную инфраструктуру, предоставляет предпринимателям возможность ведения бизнеса на выгодных условиях [5]. Исследование нацелено на получение результатов анализа социально-экономических факторов функционирования сферы нестационарной торговли в России, поскольку существующие политические, экономические и социальные условия жизни граждан отражают отрицательную динамику оборота торговли, которые имеют тенденции к снижению [6]. В случаях, когда отношения прямо не урегулированы законодательством или соглашением сторон, к ним применяется так называемый принцип аналогии закона [4,11,19]. Принимая во внимание схожую правовую природу договора аренды земельного участка и договора на размещение НТО на земельном участке, Департамент развития внутренней торговли Минпромторга РФ полагает, что к отношениям, связанным с увеличением срока действия договора на размещение НТО, могут применяться положения частей 6-8 статьи 19 Закона № 98-ФЗ [10]. Действие указанных правовых норм ставит хозяйствующие субъекты в неравные условия [16], что повлечет за собой сокращение числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, на розничном рынке с использованием НТО, что, согласно п. 17 ст. 4 Закона «О защите конкуренции», является признаком ограничения конкуренции.

Методы

Нестационарная торговля является частью розничной торговли, которую целесообразно проанализировать для формирования полной картины развития указанной сферы в России. Анализ динамики закрытий и открытых организаций на рынке ретейла показал влияние внешних факторов на функционирование субъектов хозяйствования в сфере розничной торговли (рис. 1). Так, во время первого локдауна (режима нерабочих дней) в результате пандемии COVID-19, число новых регистраций по отношению к январю 2020 г. упало в 4 раза, а закрытий – в 1,5 раза. С февраля 2021 г. число регистраций превзошло число ликвидаций, но в марте показатели практически сравнялись (рис. 1). С 1 июня 2020 г. по 1 июня 2021 г. количество субъектов хозяйствования в большинстве отраслей существенно снизилось. Заметнее всего сократилась торговля бытовой техникой на 18,22 %, «прочими товарами» на 15,05%, книгами и канцтоварами на 13,93%, детскими товарами на 13,11%, а также топливом и смазочными материалами на 10,53%. На развитие нестационарной торговли в России влияет ряд факторов: импортозависимость; логистические цепочки; фондирование; рост цен; рынки сбыта; снижение реальных доходов населения; рабочая сила; влияние государства; развитие онлайн-продаж; спрос на НТО; предложение НТО; стоимость аренды; размер платы по договору на размещение НТО; внешняя политика; поддержка нестационарной торговли на федеральном и местном уровнях [1,2,15,18,24,26,27,30].

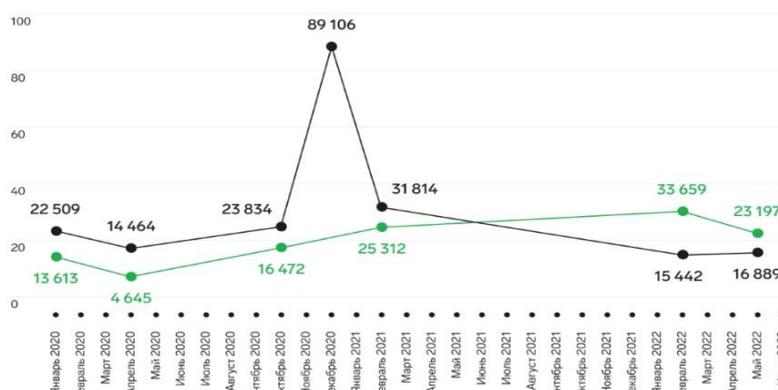


Рис. 1. Диаграмма динамики открытий и закрытий организаций на рынке ретейла в России с 2020 по 2022 г. [22]

По структуре микропредприятия имеют самую большую долю среди всех организационно-правовых форм в МСП. Отметим, что именно микропредприятия формализуют сферу нестационарной торговли (рис. 2).

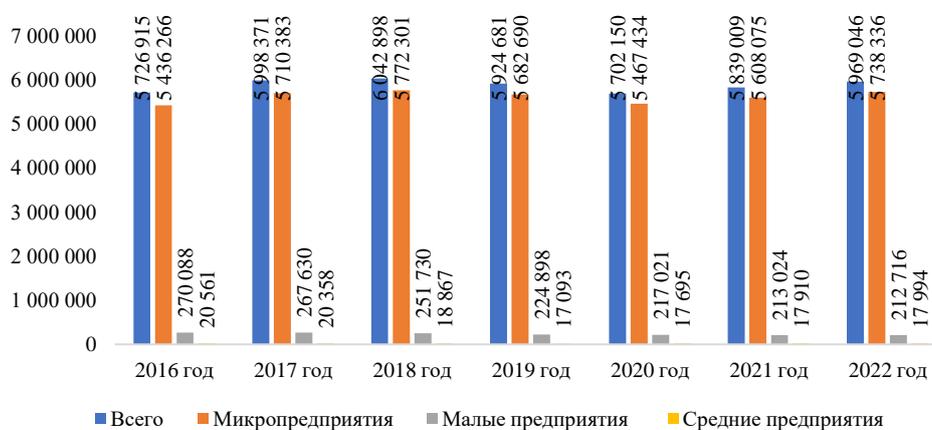


Рис. 2. Диаграмма количества юридических лиц и индивидуальных предпринимателей малого и среднего предпринимательства в России с 2016 по 2022 г. [11]

Результаты

Наибольшее количество организаций в российской розничной торговле было зафиксировано в 2015 году, составив 380,5 тыс. организаций. С тех пор их число стало уменьшаться. В 2021 году был зафиксирован самый низкий объем – менее 204 тыс. организаций [20], что указывает на большое влияние различных внешних факторов на деятельность МСП. При этом разброс показателей по количеству НТО, как наиболее уязвимого игрока розничной торговли, по всей России различный (рис. 3) и связан с поддержанием минимального уровня НТО на душу населения в каждом субъекте РФ.

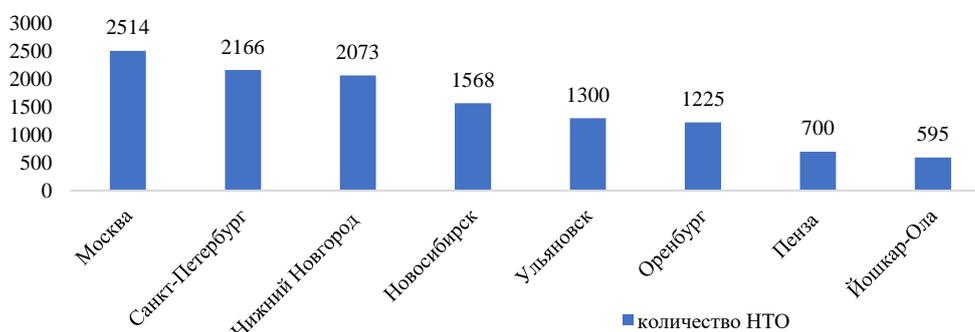


Рис. 3. Количество нестационарных торговых объектов в 8 городах России в 2022 году [12]

Основное количество НТО концентрируется в крупных городах. Так, в Новосибирске, например, НТО сосредоточены на территории трёх районов: Ленинском районе – 597, Центральном – 556, Октябрьском – 415. При этом перечисленные районы являются лидерами по уровню обеспеченности населения стационарными объектами (торговыми площадями) [3]. По данным исследования, предоставленного «Ъ» сервисом «2ГИС», в российских городах в 2016-2019 гг. на 27% выросло количество киосков (кроме прессы). При этом в России ежегодно сокращается количество нестационарных торговых объектов на 4-5% [12]. В Московской области в 2021 году увеличилось НТО на 6,1% по сравнению с 2020 годом. Данная положительная динамика отражает востребованность у населения в объектах торговли и оказание поддержки со стороны

муниципальных образований субъектам малого и среднего предпринимательства. Положительная динамика наблюдается за счет увеличения круглогодичных продовольственных нестационарных торговых объектов, прирост таких объектов в 2021 году составил более 400 [17]. В структуре доходов бюджета Санкт-Петербурга от использования и продажи государственного имущества в 2022 году, доходы по оплате за размещение НТО составили 505 млн р., что на 175 млн р. больше, чем в 2020 году (рис. 4) [6,13]. И по сравнению с другими статьями доходов данная статья не является столь весомой, однако и неотъемлемой частью всех поступлений в бюджет.



Рис. 4. Диаграмма динамики суммы доходов бюджета Санкт-Петербурга от использования государственного имущества по статье: плата за размещение НТО [10,16]

Обсуждение

Обратимся к соопросу, который проводился при участии специалистов Некоммерческого партнерства «Союз малых предприятий Санкт-Петербурга» среди предпринимателей, являющихся владельцами НТО на территории Санкт-Петербурга. Было опрошено более 500 коммерсантов.

1. Среди опрошенных владельцев НТО в Санкт-Петербурге около 38% – индивидуальные предприниматели, 60% – субъекты малого бизнеса и 2% представляют средний бизнес.

2. Бизнес НТО в Санкт-Петербурге: общественное питание – 30%, мелкорозничная торговля – 30%, торговля цветами – 15%, оказание бытовых услуг – 15%, автостоянки и автосервис – 8%, распространение печатных СМИ – 2%.

3. Предприниматели заключили от 1 до 15 договоров на размещение НТО в Санкт-Петербурге, при этом среднее значение составляет 5 договоров на одного субъекта предпринимательской деятельности.

4. Окончание срока действия основной массы (около 70%) соглашений приходится на 2024-2027 гг.

5. НТО в Санкт-Петербурге принадлежат: на праве собственности предпринимателям – около 55%, арендованы у Санкт-Петербурга – около 10%, взяты в аренду у иных собственников – около 35%. Все они, как правило, не находятся в залоге и не имеют обременений.

6. На каждый НТО приходится в среднем 7-8 работников, для которых такой заработок является основным.

7. Существенной государственной поддержкой мер по продлению сроков действия договоров без проведения торгов 98% опрошенных считают максимальный предусмотренный федеральным законодательством срок – 7 лет.

8. Последствия для бизнеса НТО, если в Санкт-Петербурге пришлось бы продлевать договоры по существующим сейчас правилам, отражают: 18% – угрозу банкротства, 65% – угрозу потери торговых точек, около 5% – неизбежность ухода в теневую экономику. Остальные респонденты, вероятно, потерпят убытки, хотя 10% полагают, что сумеют избежать негативных последствий.

9. Продление договоров по существующей сейчас процедуре негативно влияет на бизнес НТО, т.к., по мнению 58% опрошенных, присутствует риск потери объекта из-за изменений требований к размещению НТО и их трактовок органами власти, 35% опрошенных отмечают возможность коррупционных проявлений, и только 6% отмечают дополнительные временные, финансовые и административные издержки. Не видят проблем только менее 1% субъектов бизнеса НТО.

10. НТО для того микрорайона, где он установлен, по мнению опрошенных: 61,5% – важный инфраструктурный объект, 32,5% – востребованный объект розничной торговли и услуг для местных жителей, 6% – локальная точка притяжения для комфорта жителей.

Упомянутый соопрос позволил выявить ряд угроз экономической безопасности, связанных с проводимой политикой в отношении нестационарной торговли в Санкт-Петербурге.

1. Существуют риски банкротства предпринимателей – операторов НТО.

2. Создана перспектива для увольнения работников, занятых в отраслях мелкорозничной торговли и оказания бытовых услуг.

3. Жители Санкт-Петербурга могут в течение 2024-2026 гг. лишиться до трети инфраструктурных НТО, осуществляющих торговлю и предоставляющих услуги в шаговой доступности.

Концептуализация труда в XXI веке предполагает переосмысление концепции труда и того, как домашние хозяйства и сообщества обеспечивают себя материально, занимаясь «новыми формами труда» [28]. Эти новые формы работы предполагают зарабатывание на жизнь на «периферии» экономики, в «представительском разрыве» или на «задворках». НТО концептуализировали эти изменения в сфере труда в терминах трех социальных зон: основной, работников формального сектора в стабильных трудовых отношениях с заработной платой и льготами [25]; зоне случайной и экстернализированной работы, часто включающей менее стабильные трудовые отношения с субподрядчиками, и зоне периферии, где работники обеспечивают себе средства к существованию за счет неформальной экономической деятельности. Связи существуют между этими зонами, а также между ними и «глобальным рынком» [29]. При всех минусах «экономики уличных киосков» она помогает установить стабильные трудовые отношения для 3-5% трудоспособного населения крупных городских агломераций [23]. В сложных экономических условиях бизнес НТО решает проблему занятости населения и гарантирует значительному числу граждан доходы выше прожиточного минимума.

Заключение

В результате анализа функционирования сферы нестационарной торговли в России были выявлены факторы влияния на её развитие: импортозависимость, логистические цепочки, фондирование, рост цен, рынки сбыта с преобладающей составляющей цифровизации секторов; снижение покупательной способности населения, нехватка рабочей силы, влияние государства, развитие онлайн-продаж. Кроме того, на сферу розничной торговли и сферу нестационарной торговли, в

частности, имеет сильное влияние стоимость аренды, размер платы по договору на размещение НТО, а также поддержка нестационарной торговли на федеральном и местном уровнях. Вот почему в современных условиях правомерна и целесообразна диверсификация мер поддержки малого предпринимательства, занятого в сфере нестационарной, ярмарочной и рыночной торговли.

Литература

1. Болтанова Е.С., Хлопцов Д.М. Роль земельной политики и градостроительного правового регулирования в сфере инновационного развития России // Вестник Томского государственного университета. Право. – 2019. – № 33. – С. 199-206.
2. Вербицкая Ю.О. Обеспеченность нестационарными торговыми объектами как гарантия разнообразия услуг на озелененных территориях // Российское право: образование, практика, наука, 2021. – № 6. – С. 65-72.
3. Геготаулина Л.А., Грунина Д.А. Проблемы совершенствования правового регулирования нестационарных торговых объектов // Личность, общество, государство, право: проблемы взаимодействия в современных условиях. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2020. – С. 51-55.
4. Кондрушенко К.М. Стационарная и нестационарная розничная торговля – за и против / К.М. Кондрушенко, Н.В. Манова // Приднепровский научный вестник, 2017. – Т. 12. – № 1. – С. 44-49.
5. Паладьев М.А. Коллизии законодательства о нестационарной торговле // Юридический вестник Самарского университета, 2021. – Т. 7. – № 3. – С. 102-106.
6. Семенихин В.В. Торговля. Поставка (издание седьмое, перераб. и доп.). – М.: ИД «Гросс-Медиа»: РОСБУХ, 2019. – 1796 с.
7. Черненко А.С. Актуальные правовые вопросы нестационарной торговли в России // Юридическая наука, 2022. – № 10. – С. 17-20.
8. В Новосибирске назвали районы-лидеры по числу нестационарных торговых объектов [Электронный ресурс]. URL: <https://sib.fm/news/2022/01/11/v-novosibirskie-nazvali-rajony-lidery-po-chislu-nestatsionarnyh-torgovyh-obektov>.
9. Город выставил на торги 19 нестационарных торговых объектов в шести округах. Официальный сайт Мэра Москвы. [Электронный ресурс]. URL: <https://investmoscow.ru/press-center/news-article/?article=237315>.
10. ЕМИСС. Сайт государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/50238>.
11. Единый реестр малого и среднего предпринимательства. Сайт Федеральной налоговой службы. [Электронный ресурс]. URL: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html?level=2&fo&ssrf>.
12. Ларькам здесь не место: Киров вновь аутсайдер среди столиц ПФО по количеству НТО в 2022 году // Вятка-на-Сети [Электронный ресурс]. URL: https://vkirove.ru/news/2022/12/31/kirov_pozadi_stolits_pfo_po_kolichestvu_nto.html.
13. Местные власти могут продлевать договоры на размещение торговым палаткам без торгов. А они об этом знают? // Клерк [Электронный ресурс]. URL: <https://www.klerk.ru/buh/news/511072/>.
14. Минпромторг поддержал предложение Партии Роста распространить льготный порядок продления на договоры размещения НТО [Электронный ресурс]. URL: <https://103news.com/other/277128537/>.
15. Минпромторг сообщил о росте количества ярмарок и рынков в России за два года до 30% // ТАСС. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/16460239>.
16. Отчёт о результатах деятельности за 2021г. Комитета имущественных отношений Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. URL: https://www.gov.spb.ru/static/writable/ckeditor/uploads/2022/07/12/02/%D0%9E%D1%82%D1%87%D1%91%D1%82_%D0%9A%D0%98%D0%9E_2021_.%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82.pdf.
17. Отчеты Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга за 2019, 2020 годы. Розничная торговля. [Электронный ресурс]. URL: <https://cipit.gov.spb.ru/meri-podderzhki-ekonomiki/operativnyj-monitoring-cen/analiz-razvitiya-rozничной-torgovli/>.
18. Оценка условий осуществления предпринимательской деятельности в Санкт-Петербурге в 2021 году. Исследование Санкт-Петербургского государственного университета. [Электронный ресурс]. URL: spbu.ru.
19. Портал открытых данных Правительства Москвы. [Электронный ресурс]. URL: <https://data.mos.ru/opendata/619/data/map?versionNumber=3&releaseNumber=1317>.
20. «Ъ»: количество объектов нестационарной торговли в России выросло на треть // Рамблер [Электронный ресурс]. URL: https://finance.rambler.ru/reality/42695394/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink.
21. Юсупова С.М. Роль малого предпринимательства в экономике России // Электронный научный журнал «Вектор экономики», 2020. – № 8. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2020/8/worldeconomy/Yusupova.pdf>.
22. API Контур. Фокуса. Анализ рынка ритейла [Электронный ресурс]. URL: <https://kontur.ru/press/news/analitica/2022/6/8360>.
23. Banerjee Abhijit V., Esther Duflo. Do Firms Want to Borrow More? Testing Credit Constraints Using a Directed Lending Program // Review of Economic Studies, 2014. – № 81. – P. 572-607.
24. Cosimo B., Fiorini M., Hoekman B. Services Trade Policy and Manufacturing Productivity: The Role of Institutions // Journal of International Economics, 2017. – № 104. – P. 166-82
25. Marc B., Stolzenburg V. Trade, Value Chains and Labor Markets in Advanced Economies / In Global Value Chain Development Report 2019: Technological Innovation, Supply Chain Trade, and Workers in a Globalized World. – P. 45-61.
26. Mariano B., Goni-Pacchioni E., William Maloney. Trade Liberalization, Labor Reforms, and Formal-Informal Employment Dynamics // Labor Economics, 2020. – № 19. – P. 653-67.
27. Huo X.S. An Ancient Chinese Land-Sharing Economy // Decision Exploration (I), 2020. – № 7. – P. 76-79.
28. Holdt V., K., Webster E. Work Restructuring and the Crisis of Social Reproduction. In Webster, E. and Von Holdt, K., Beyond the Apartheid Workplace: Studies in Transition. Pietermaritzburg: UKZN Press. – 2005.
29. Webster E., Lambert R., Bezuidenhout A. Grounding Globalization: Labour in Age of Insecurity Oxford, UK: Blackwell Publishers, 2008.
30. Yu X., Pan H. Research on the Problems and Solutions of «Street-Stall Economy» // Open Access Library Journal, 2020. – P. 1-6.

**РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА
В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ
ИННОВАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ**

S.V. Manyushko

**THE ROLE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS
IN THE FORMATION AND DEVELOPMENT
OF DOMESTIC INNOVATION CLUSTERS**

Ключевые слова: инновации, кластер, партнеры, предприниматель, государственное-частное партнерство, инновационные кластеры, государство, развитие, экономический рост.

Keywords: innovation, cluster, partners, entrepreneur, public-private partnership, innovation clusters, government, development, economic growth.

Цель: совершенствование экономической отрасли и стимуляция ее роста, а также обеспечение экономики страны инновационными разработками и проектами. Обсуждение: в статье рассматриваются особенности государственно-частного партнерства как неотъемлемого элемента, связывающего государственные и бизнес-структуры; раскрыто содержание процесса кластеризации; определена необходимость участия и содействия в нем государства в рамках государственно-частного партнерства; определена специфика создания кластеров в России. Дан ответ на вопрос о том, как взаимодействуют между собой частные партнеры и государство. Результаты: развитие государственно-частного партнерства в соответствии с кластерной направленностью будет благотворно влиять на использование и распределение ресурсов, а также на развитие тенденции по распространению инновационных решений. Участие государства в инновационных кластерах помогает оптимизировать работу всех участников, включая предприятия, поставщиков, сотрудников, научные и образовательные учреждения.

Purpose: improving the economic sector and stimulating its growth, as well as providing the country's economy with innovative developments and projects. Discussion: the article examines the features of public-private partnerships as an integral element connecting government and business structures; the content of the clustering process is revealed; the need for state participation and assistance in it within the framework of public-private partnership has been identified; the specifics of creating clusters in Russia have been determined. The answer to the question of how private partners and the state interact with each other is given. Results: the development of public-private partnerships in accordance with the cluster focus will have a beneficial effect on the use and distribution of resources, as well as on the development of the trend towards the dissemination of innovative solutions. Government participation in innovation clusters helps optimize the work of all participants, including enterprises, suppliers, employees, scientific and educational institutions.

Электронный адрес: ManyushkoSV@spa.msu.ru

Введение

На современном этапе развития российской экономики вопрос продуктивного взаимодействия частного сектора с государственным имеет особое значение. Такой синтез действий благоприятствует эффективному распределению ресурсов. Особенно это касается инновационной сферы. Процесс государственно-частного партнерства (ГЧП) можно рассматривать как сотрудничество государства и частных предпринимателей, в рамках которого разрабатываются и реализуются достаточно важные для социума проекты [12]. Также стоит учитывать, что при установлении ГЧП в инновационном проекте все его участники получают равные права в определении наиболее продуктивных способов достижения результатов по инновационному проекту. Каждый сам определяет, каким образом будут достигнуты цели и какие для этого будут выполнены задачи [14]. Концепция научных и промышленных кластеров в экономике играет важную роль и имеет огромное значение для создания конкурентных преимуществ компаний-участников. Промышленные кластеры способствуют эффективному использованию ресурсов и знаний отдельных предприятий, что повышает их конкурентоспособность и способствует развитию всей отрасли. Инновационные кластеры становятся ключевым фактором успеха предприятий и оказывают влияние на экономический рост страны.

Методы

При проведении исследования были использованы теоретические методы (аналитическое обобщение, синтез, дедукция), практические методы исследования (сравнение, наблюдение).

Результаты

Практика создания инновационных кластеров в России в рамках ГЧП встречается часто. Например, инвестиции в развитие инфраструктуры при помощи государственно-частного партнерства увеличились вдвое с 2023 года. Современные российские кластеры в достаточной мере зависят от органов государственной власти и от их финансовой и ресурсной поддержки. Эффективность в создании кластеров зависит от готовности к этому процессу предпринимателей и государства. При этом подобный кластер может быть сформирован как при малом объеме ресурсов и усилий, так и в пределах масштабного проекта федерального значения. Именно в процессе взаимодействия государства и частного предпринимательства начинает работать система государственно-частного партнерства. Подобный формат взаимодействия в рамках инновационного кластера позволяет двум сторонам совместно реализовывать достаточно масштабные и амбициозные проекты, которые помогают развитию региона [7]. Государству необходимо разрабатывать механизмы и дополнительные нормативные акты с целью снижения барьеров, ограничивающих развитие региональных кластеров. На фоне пересечения различных интересов участников территориальных кластеров (рис. 1), необходимо отметить, что каждая сторона стремится к достижению своих целей. Государственные учреждения стремятся гарантировать реализацию интересов на федеральном и местном уровнях, выполнять обязанности, возложенные на них законами, а также разрабатывать и поддерживать необходимые инфраструктурные проекты. Частные инвестиционные компании и участники финансовых рынков нацелены на получение стабильной прибыли от инвестиций [4].

| |
|---|
| Кластер в целом |
| Акцент на инновационном развитии, формирование здоровой конкуренции, содействие местному спросу, развитие взаимовыгодного сотрудничества всех участников кластера, поддержка малых и средних предприятий, в том числе стартапов и спиноффов, увеличение доли инновационных продуктов. |
| Управляющая компания |
| Укрепление сотрудничества между участниками кластера, активизация совместных исследовательских и проектировочных работ, поддержка коммуникаций бизнеса и государственных структур, анализ и адаптация передовых отечественных и зарубежных кластерных практик, приверженность к принципу независимости от конкретных игроков в кластерной среде и укрепление позиций бренда и производственного потенциала кластера. |
| Предприятия, входящие в кластер |
| Продвижение новшеств; повышение конкурентоспособности; увеличение эффективности и производительности рабочего процесса; поощрение сотрудничества между организациями; поддержка создания молодых компаний; обмен опытом; оптимизация расходов; привлечение финансирования для инновационных проектов; коммерциализация технологий. |
| Государство |
| Ускорение роста экономики с целью создания новых рабочих мест, улучшения уровня жизни населения, развития традиционных отраслей промышленности с использованием новых технологий, содействие сотрудничеству между бизнесом, местными властями и другими организациями для достижения долгосрочной конкурентоспособности региона, увеличения доходов различных уровней бюджета и улучшения привлекательности региона для инвестиций. |
| Научные организации |
| Помощь в обмене знаниями; запуск новых компаний в университетской среде; привлечение финансирования для инновационных проектов; повышение качества образования; организация профессиональной практики для студентов и выпускников с возможностью последующего трудоустройства. |

Рис. 1. Цели участников инновационного кластера

Государственно-частное партнерство является наиболее доступным способом финансирования инновационных проектов в России. Поэтому важно учитывать, что в контексте социально-экономического развития ГЧП не всегда способствует развитию региона, где формируется кластер, а скорее поддерживает частные предприятия. Однако, если рассматривать эту модель взаимодействия государства и частных компаний в контексте инновационного развития, то она является эффективным инструментом для стимулирования научно-технических производств и общего формирования инновационного кластера в регионе [14]. Визуализируем этапы поддержки промышленных кластеров (рис. 2) [5-9].

| | |
|--------------------------------------|--|
| Проверка на соответствие требованиям | 1 ЭТАП Документы на проверку на соответствие требованиями и включение в реестр |
| Отбор совместных кластерных проектов | 2 ЭТАП Документы на отбор совместных проектов и включение в реестр совместных проектов |
| Предоставление субсидий | 3 ЭТАП Документы, подтверждающие понесенные затраты и дальнейшее предоставление субсидий |

Рис. 2. Этапы поддержки промышленных кластеров

Следует также обозначить ключевые тренды в развитии кластерной политики России (рис. 3) [5-9].



Рис. 3. Развитие кластерной политики в России

Обсуждение

Отмечая перспективы использования государственно-частного партнерства в России, можно утверждать, что долгосрочная окупаемость общественно-значимых проектов является основной проблемой, которая влияет на новые инвестиции. Поддержка средне- и долгосрочных проектов частного бизнеса на основе ГЧП становится первостепенным аспектом развития и модернизации российской экономики. Данные проекты не могут полностью реализовывать свой потенциал без государственной поддержки. Но стоит отметить, что бизнес и государственные структуры, стремясь к взаимовыгодным целям, совместно выявляют проблемы и находят эффективные решения. Более того, в условиях санкционных ограничений государство обеспечивает стабильный спрос на продукцию многих отраслей бизнеса. ГЧП в проекции поддержки инновационных кластеров в Российской Федерации, реализуется посредством запуска в 2016 году приоритетного проекта, а именно: «Развитие инновационных кластеров – лидеров инновационной привлекательности мирового уровня. Поддержка и разработка проекта осуществлялась со стороны Минэкономразвития РФ [1-3]. Цель данного проекта – совершенствование экономической отрасли и стимуляция ее роста, а также обеспечение экономики страны инновационными разработками и проектами. В целом данный проект направлен на укрепление инновационной конкурентоспособности экономики России. В пределах данного проекта на конкурс от 21 региона было отправлено 22 заявки. В результате проведенного отбора формализованы 12 территориальных кластеров, а на следующий год еще 12 ИТК, при этом большинство кластеров объединили в еще более крупные образования (консорциумы). Созданные инновационные территориальные кластеры классифицированы по двум группам:

- объединение в пределах одной территории научных центров и центров образования;
- объединённые в пределах одной территории в формате ГЧП крупные бизнес-компании, которые ведут деятельность по созданию и разработке инновационного продукта.

Необходимо также отметить, что на развитие кластеров влияют ряд определенных факторов, а именно: программы государственной поддержки кластерных образований, статус и развитие отраслей кластеров (на каком этапе жизненного цикла он находится, темп развития, в каком регионе расположен), внешняя среда (уровень конкуренции). Государственно-частное партнерство имеет важное значение для реализации краундфандинга. Данный механизм позволяет привлекать финансы из различных источников, включая бюджеты на разных уровнях, фонды частных инвесторов. Необходимо, чтобы контакт государства и бизнеса строился на основе партнерства, что способствовало бы максимальному использованию потенциала обеих сторон и решению инновационных и социально значимых проблем региона [11-13]. В России наблюдается неравномерное развитие субъектов, а это сказывается и на достижениях кластерной политики. Чтобы смягчить потенциальный негативный эффект, необходимо активизировать отраслевой фактор кластеризации. Добиться этого можно за счет привлечения большего количества участников, которые наделены широким диапазоном компетенций, способствующих созданию эффективных треков по развитию кластеров [11-13].

Заключение

Таким образом, именно государственно-частное партнерство играет ключевую роль в создании и развитии инновационных кластеров в России, обеспечивая синергию ресурсов и экспертизы как со стороны государства, так и со стороны частного сектора. Совместные усилия способствуют повышению конкурентоспособности российской экономики, стимулируя инновации, развитие технологий и рост бизнес-среды. Эффективное партнерство между государством и частными компаниями является фундаментом для устойчивого развития инновационных кластеров, способствуя привлечению инвестиций, созданию рабочих мест и укреплению позиций России на мировой арене в сфере инноваций. Итак, один из известных существующих механизмов ГЧП в контексте создания инновационных кластеров – это государственная поддержка технологических платформ и региональных инновационных кластеров. ГЧП представляет собой форму сотрудничества между бизнесом и государством, которая помогает привлечь дополнительное финансирование на развитие кластеров и решение крупных задач, способствующих социально-экономическому развитию регионов. Кластеризация является важным инструментом в развитии регионов, оказывая влияние на инновационные процессы, развитие инновационной инфраструктуры и повышение промышленного потенциала. Формирование инновационных кластеров является важным инструментом для повышения конкурентоспособности предприятий и организаций.

Литература

1. Гаврилюк А.В. Стратегические возможности развития инновационной экосистемы // Стратегирование: теория и практика, 2022. – Т. 2. – № 3. – С. 443–453.
2. Гаврилюк А.В. Стратегия перехода на новый уровень технологического развития экономики // Стратегирование: теория и практика, 2022. – Т. 2. – № 2. – С. 257–269
3. Гаврилюк А.В. Интеллектуальная собственность в цифровой экономике: теоретические и практические аспекты // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2021. – № 2. – С. 20–33.
4. Гончаренко Л.И., Бейсембинова А. Государственно-частное партнерство как механизм финансирования инвестиционной деятельности // Экономика. Налоги. Право. – 2013. – № 2.
5. Государственно-частное партнерство (ГЧП). [Электронный ресурс]. URL: <http://stavinvest.ru/work/public-privatepartnership-ppp>.
6. Дом.РФ и национальный Центр ГЧП отметили кратный рост инвестиций в инфраструктуру [Электронный ресурс]. URL: <https://дом.рф/media/news/dom-rf-i-natsionalnyu-tsentr-gchp-otmetili-kratnyy-rost-investitsiy-v-infrastrukturu/?ysclid=lvaurx88c355908469>.
7. Дом.РФ и национальный Центр ГЧП отметили кратный рост инвестиций в инфраструктуру [Электронный ресурс]. URL: <https://дом.рф/media/news/dom-rf-i-natsionalnyu-tsentr-gchp-otmetili-kratnyy-rost-investitsiy-v-infrastrukturu/?ysclid=lvaurx88c355908469>.
8. «Кабмин расширил параметры программы поддержки промышленных кластеров» [Электронный ресурс]. URL: https://sfr.gov.ru/press_center/z_news~2023/09/29/255126?ysclid=lvf9zz1id8896629307.
9. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/privgovpartnerdev>.
10. МИК. Московский инновационный кластер субсидии, инвестиции, программы акселерации [Электронный ресурс]. URL: <https://i.moscow/>.
11. НИАЦ МИИРИС [Электронный ресурс]. URL: <https://www.miiiris.ru>.
12. «Развитие инновационных кластеров в России» [Электронный ресурс]. URL: <https://delprof.ru/>.
13. «Развитие инновационных кластеров в России» [Электронный ресурс]. URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/innovatsionnye-klastery-rossii/>.
14. Global Innovation Index for 2020-2023. [Электронный ресурс]. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/.
15. Nazarova Z.M. Formation of a stable price for energy resources by solving a non-linear dynamic problem as an element of socio-economic stability of the economy / Z.M. Nazarova, Yu.V. Zabaikin, M.A. Yakunin // Izvestia Ural'skogo gosudarstvennogo gornogo universiteta, 2020.

УДК 316.4

В.П. Насыбулина, Л.В. Кухаренко, Г.Г. Вукович, А.В. Островская
**МОДЕЛИ И ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ
 СИСТЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ
 И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ КАДРОВ**

V.P. Nasybulina, L.V. Kuharenko, G.G. Vukovich, A.V. Ostrovskaya
**MODELS AND TOOLS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE SYSTEM
 OF FORMATION OF PROFESSIONAL COMPETENCIES
 AND ADVANCED TRAINING OF PERSONNEL**

Ключевые слова: цифровая трансформация, компетенции, кадры, квалификация, цифровые компетенции, модели, инструменты, искусственный интеллект, машинное обучение, профессиональная диагностика.

Keywords: digital transformation, competencies, personnel, qualifications, digital competencies, models, tools, artificial intelligence, machine learning, professional diagnostics.

Цель: проанализировать модели, инструменты цифровой трансформации, систему формирования профессиональных компетенций и повышения квалификации кадров. Обсуждение: рассмотреть аспекты цифровизации обучения и повышения квалификации персонала. Для успешного функционирования компании в условиях развития современных технологий необходимо изменять сознание людей в формате цифровой трансформации человеческого капитала предприятия. При сохранении традиционного мышления выполнение задач в инновационной среде становится более трудоемким и затратным по времени процессом. Поэтому важно цифровизировать не только деятельность сотрудников предприятия, но и работу студентов и преподавателей в высших учебных заведениях для укрепления цифрового мышления в профессиональной деятельности. Результаты: описан характер влияния цифровых технологий на эффективность обучения сотрудников в отечественных компаниях. Существует множество различных методов онлайн-обучения и повышения квалификации для сотрудников, которые могут эффективно использоваться различными компаниями.

Purpose: to analyze models, tools of digital transformation, the system of formation of professional competencies and professional development of personnel. Discussion: to consider the aspects of digitalization of training and staff development. For the successful functioning of the company in the context of the development of modern technologies, it is necessary to change people's minds in the format of digital transformation of the human capital of the enterprise. While maintaining traditional thinking, completing tasks in an innovative environment becomes a more time-consuming and time-consuming process. Therefore, it is important to digitalize not only the activities of the company's employees, but also the work of students and teachers in higher educational institutions to strengthen digital thinking in professional activities. Results: the nature of the influence of digital technologies on the effectiveness of employee training in domestic companies is described. There are many different methods of online training and professional development for employees that can be effectively used by various companies.

Электронный адрес: anastavik@mail.ru

Введение

В современном мире практически все процессы подвергаются цифровизации. Это связано с развитием инновационных технологий, позволяющих упрощать жизнь человека. Однако не во всех сферах деятельности уместно замещение человеческого труда технологиями.

Методы

Решению исследовательских задач поспособствовало применение следующих методов:

- контент-анализа материалов, описывающих состояние проблемы;
- описания различных методов обучения с использованием цифровых технологий;
- индукции, дедукции, классификации, анализа, синтеза, сравнения и т.д.

Результаты

Миннахметова В.А. по результатам собственного исследования делает вывод о том, что цифровизация является эффективным средством формирования общепрофессиональных компетенций студентов, позволяет им работать с современными технологиями, которые будут распространены в будущем [8]. Ермашкевич Н.С., Панявина М.Л. и Родионова З.В. в своей работе утверждают, что с помощью современных технологий также можно разработать цифровую платформу профессиональной диагностики. Система нейросетей поможет работникам составить индивидуальную траекторию развития профессиональных компетенций с учетом особенностей рынка труда в условиях санкций [3]. Мы солидарны с Напсо М.Д. и считаем, что цифровизация образования положительно влияет на его результаты, т.к. обучение принимает индивидуальные черты, создаются возможности для раскрытия потенциала каждого отдельного ученика [9]. Кроме того, работа с технологиями, по мнению Марианны Давлетовны, способствует развитию цифрового мышления, умению применять инновации во всех сферах жизни. Автор права, т.к. в условиях цифровизации ярко выражена грань между поколениями: наиболее умело современными технологиями пользуются молодые люди в возрасте до 30-35 лет. Это можно объяснить тем, что последние 20 лет технологии развивались достаточно быстро, молодые люди и дети росли и развивались в условиях постепенной цифровизации процессов.

Отметим, что нам импонирует позиция Максимова И.А., Костина К.Б. и Березовской А.А., которые рассматривают повышение квалификации кадров, а также цифровую трансформацию предприятий и приходят к следующему выводу. Для успешного функционирования компании в условиях развития современных технологий необходимо изменять сознание людей в формате цифровой трансформации человеческого капитала предприятия [7]. При сохранении традиционного мышления выполнение задач в инновационной среде становится более трудоемким и затратным по времени процессом. Поэтому важно цифровизировать не только деятельность сотрудников предприятия, но и работу студентов и преподавателей в высших учебных заведениях для укрепления цифрового мышления в профессиональной деятельности. В условиях цифровизации экономики изменяется не только специфика работы во многих сферах деятельности, но и направление экономического развития. Так, Щербик Е.Е. и Петрова В.С. считают, что основой развития экономики является эффективное использование

потенциала трудовых ресурсов. Профессиональная деятельность требует от работников развития не только «мягких» и «твердых» навыков (soft-skills и hard-skills), но и цифровых компетенций [13]. При приеме сотрудников практически на любую должность работодатели требуют, чтобы они обладали цифровыми компетенциями для работы с компьютерными программами, применяемыми как в конкретной деятельности, так и в любой другой. Также, цифровизация играет важную роль в процессе обучения и профессионального развития персонала предприятий по мнению Тачановой К.Г., Мягковой С.Е. и Пашкевич Ю.Ю. Применение современных технологий позволяет упростить процесс обучения для сотрудников и при этом повысить его эффективность. В наши дни для корпоративного обучения большинство компаний выбирают мероприятия в онлайн формате. Таким образом, затраты на обучение сокращаются. Вместе с тем реализуется концепция непрерывного обучения [11]. В данном случае могут применяться компьютерные игры, электронное обучение, виртуальные тренажеры, а также собственные интернет-ресурсы компании и т.д.. Котов Г.С. выделяет три основных модели образовательных технологий, наиболее актуальных в условиях цифровизации образования – реверсивное обучение, геймификацию, смешанное обучение кадров. Реверсивное обучение подразумевает использование технологий в процессе обучения, применение альтернатив физическому присутствию преподавателя, увеличение эффективности дистанционных занятий для развития профессиональных компетенций. Данный тип обучения:

- эффективно формирует необходимые знания и навыки работникам для их профессиональной деятельности;
- увеличивает самостоятельность студентов за счет доступности материалов, необходимых для обучения;
- изменяет роль преподавателя: с использованием инновационных технологий преподаватели принимают на себя роль проводников, сопровождающих студентов в процессе самостоятельного обучения.

Модель смешанного обучения более распространена в обыденной жизни. Эта модель обучения подразумевает использование традиционных методов совместно с интерактивным сетевым воздействием. Власова В.И. считает, что приобретение навыков и компетенций становится наиболее эффективным при сочетании офлайн- и онлайн-форматов обучения [2]. Смешанное обучение имеет ряд преимуществ: учебный процесс становится гибким, появляется возможность подстраивать его под различные аудитории; обучающиеся мотивированы на профессиональное саморазвитие и т.д.. Геймификация подразумевает применение компьютерных игр для обучения. Развитие навыков в игровом формате не является новшеством и широко применяется в детских образовательных учреждениях. Применение цифровых технологий, компьютерных игр для развития профессиональных навыков на данный момент не рассматривается как самостоятельное направление в науке, однако в частных случаях может помочь развить определенные профессиональные компетенции. Игровой процесс увлекает, удерживает внимание человека и усиливает желание выполнить какую-либо задачу [5]. Процесс внедрения цифровых технологий обучения на предприятии также должен быть грамотно организован. Колодезникова Ю.Ю. в своих трудах дала некоторые рекомендации по цифровизации предприятий:

- комбинирование онлайн- и офлайн-обучения при низком уровне использования современных технологий;
- разделение учебного процесса на частые короткие занятия (по 10-15 минут) с целью усваивания сотрудниками самой необходимой информации в течение короткого периода;
- применение цифровых технологий, подходящих компании по затратам, принципу действия и т.д.;
- персонализация учебного процесса [4].

В своей работе Тонких Н.В. и Бахур Д.А. утверждают, что дистанционное обучение, используемое повсеместно во времена пандемии, все еще имеет ряд несовершенств, которые снижают его эффективность. Например, сотрудникам часто приходится самостоятельно изучать современные технологии, что занимает определенное количество времени. Информация, используемая при дистанционном обучении, все еще плохо структурирована, а потому требует от сотрудников большей концентрации и внимания. В работе описаны способы повышения эффективности онлайн-обучения персонала, такие как работа с наставником, систематизация информации по критериям (по темам, уровням сложности и т.д.), обучение на примере реальных кейсов и др. [12]. Верна В.В. и Сорока А.В. определили, что для повышения эффективности обучения персонала при разработке цифровой системы на предприятии необходимы следующие модели профессионального развития кадров:

- осознанно подходить к определению целей цифровизации обучения;
- постоянно анализировать и оценивать факторы, имеющие значение при проведении преобразований [1].

На наш взгляд, действительно, грамотная формулировка целей и задач является основой любого успешного проекта, поэтому любая деятельность должна быть обоснована конкретными целями. Оценка состояния различных факторов, принимающих участие в процессах, связанных с цифровизацией обучения персонала, дает возможность составить корректный план действий при существующих условиях. Речь идет об уровне мотивации сотрудников и их отношении к изменениям, эффективности использования разработанной системы технологий данным трудовым коллективом и т.д.. Кучина Е.В., Просвирина И.И., Лясковская Е.А. и Яковлев Ю.В. провели исследование о влиянии корпоративной цифровой обучающей платформы на ПАО «ММК».

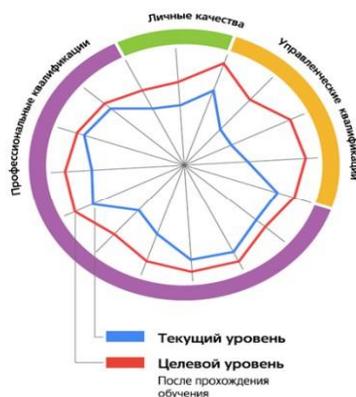


Рис. 1. Диаграмма повышения уровня квалификации сотрудника по результатам обучения [6]

Система внедрялась в компанию поэтапно с 2022 года. Удалось сократить объем затраченного рабочего времени на обучение. Появилась возможность применения индивидуального подхода к каждому работнику [6]. На рис. 1 представлена диаграмма изменения уровня квалификации работников после обучения. Мы видим, что применение цифровых технологий для обучения и повышения квалификации сотрудников дает положительный эффект, соответствующий ожиданиям и прогнозам. Панова Е.А. в своей работе определила, что при цифровизации обучения сотрудников компания может столкнуться с двумя важнейшими препятствиями:

- высокой стоимостью цифровых технологий;
- нежеланием сотрудников применять в работе инновации и учиться использованию современных технологий [10].

Цена за использование различных видов информационных технологий действительно может заставить компанию отказаться от него. В случае, например, индивидуальных предпринимателей дорогостоящая оптимизация обучения работников в большинстве случаев не проводится. На крупных предприятиях, где присутствует необходимость постоянного развития в соответствии с новшествами технологий, можно находить способы цифровизации обучения сотрудников с наименьшими затратами. Следует помнить, что при экономии денежных средств на цифровых технологиях есть вероятность снижения их эффективности из-за низкого качества. Устранить недовольство коллектива и подстроить внедряемую систему под особенности и желания каждого сотрудника намного сложнее. В данном случае важно находить причинно-следственные связи и устранять существующие проблемы с помощью гибких управленческих решений. Преобразованиям в обучении и повышении квалификации сотрудников могут сопутствовать иные изменения, например, в кадровой политике предприятия [14,15].

Обсуждение

Таким образом, существует множество различных методов онлайн-обучения и повышения квалификации для сотрудников, которые могут эффективно использоваться различными компаниями. На наш взгляд, наилучшего результата можно добиться при комбинировании различных цифровых технологий – компьютерных игр, виртуальной реальности, искусственного интеллекта и нейросетей, обучающих платформ и многих других. Однако при выборе способов онлайн-обучения стоит учитывать особенности коллектива компании и индивидуальные особенности ее сотрудников: пол, возраст, стиль жизни, особенности профессионального поведения [14, 15]. Процесс цифровизации обучения работников можно представить в виде модели (рис. 2).



Рис. 2. Модель цифровизации обучения сотрудников

Руководство компании принимает решение о необходимости проведения преобразований и определяет пути развития. На данном этапе определяются слабые места в существующей системе обучения сотрудников и выявляются возможности развития. Далее необходимо провести анализ персонала, чтобы определить наиболее эффективные способы цифровизации обучения и создать систему технологий, подходящую данной компании. На этом этапе важно установить обратную связь с сотрудниками для своевременного выявления возникающих проблем. Далее следует контроль эффективности преобразований. В этих целях оптимальна регулярная проверка компетенций работников для отслеживания результатов. Данный процесс в долгосрочной перспективе становится цикличным, так как цифровые технологии продолжают стремительно развиваться. Для поддержания конкурентоспособности персонала и компании необходимо постоянно улучшать все сферы ее функционирования.

Заключение

Таким образом, мы можем сделать следующие выводы:

- в условиях постоянного развития информационных технологий появляется необходимость в цифровизации процессов в различных сферах деятельности;
- для наилучшего эффекта от цифровизации обучения сотрудников уместно комбинирование различных инструментов;
- применение цифровых технологий при обучении и повышении квалификации дают положительный результат как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Литература

1. Верна В.В., Сорока А.В. Развитие цифровых технологий в корпоративном обучении персонала: перспективы использования образовательных экосистем // Век качества, 2022. – № 1.
2. Власова В.И. Формат смешанного обучения: плюсы, минусы, перспективы / В.И. Власова, Е.В. Сыпко, Ю.А. Хилевич // МНКО, 2021. – № 2.
3. Ермашкевич Н.С., Панявина М.Л., Родионова З.В. Развитие профессиональных компетенций в условиях цифровой экономики // Лидерство и менеджмент, 2021. – № 4.
4. Колодезникова Ю.Ю. Цифровизация обучения персонала: новые технологии и проблемы их внедрения // Гуманитарный научный журнал, 2023. – № 1-1.
5. Котов Г.С. Современные образовательные технологии в эпоху цифровизации // Проблемы современного педагогического образования, 2022. – № 75-3.
6. Кучина Е.В., Просвирина И.И., Лясковская Е.А., Яковлев Ю.В. Цифровые образовательные платформы как инструмент повышения эффективности труда персонала промышленных предприятий // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент, 2023. – № 2.
7. Максимцев И.А., Костин К.Б., Березовская А.А. Цифровая трансформация международных корпораций: повышение профессиональной квалификации // Вопросы инновационной экономики, 2022. – № 1.
8. Миннахметова В.А. Цифровизация образования: влияние и специфика в формировании общепрофессиональных компетенций будущих учителей химии // КПЖ, 2022. – №2.

9. Напсо М.Д. Система образования в условиях современной политики цифровизации // Вестник ЗабГУ, 2022. – № 2.
10. Панова Е.А. Влияние цифровизации на корпоративную кадровую политику // Государственное управление. Электронный вестник, 2023. – № 101.
11. Тачанова К.Г., Мягкова С.Е., Пашкевич Ю.Ю. Актуальные тенденции цифровизации в сфере управления персоналом // УПИРР, 2021. – № 3.
12. Тонких Н.В., Бахур Д.А. Пандемия как драйвер цифровых форматов обучения и развития персонала: кейс крупной российской IT-компании // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика, 2022. – № 2.
13. Щербик Е.Е., Петрова В.С. К вопросу о внедрении и развитии профессиональных компетенций в условиях цифровизации региональных социально-экономических систем // Московский экономический журнал, 2022. – № 2.
14. Nyseth T. The transformative power of social innovation in urban planning and local development / T. Nyseth, A. Hamdouch // Urban Planning, 2019. – V. 4. – I. 1. – P. 1-6.
15. Pasechkina T.N. Creating reating professionally oriented tasks of communicative nature: from teaching experience // Juvenis scientia, 2019. – P. 23–26.

УДК 336.6

А.Г. Сайдулаев

АКТУАЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

A.G. Sajdulaev

THE RELEVANCE OF ORGANIZING A CONTROLLING SYSTEM IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS

Ключевые слова: управленческие решения, стратегическое планирование, стратегический контроллинг, оперативный контроллинг, система управления, конкуренты, финансовые ресурсы, информационные сервисы.

Keywords: management decisions, strategic planning, strategic controlling, operational controlling, management system, competitors, financial resources, information services.

Цель: обосновать актуальность организации системы контроллинга в современных условиях хозяйствования. **Обсуждение:** в сложившейся динамичной деловой среде процесс достижения целей, подчиняющий всю систему управления, становится все более сложным и требует учета многих факторов, включая стратегический и операционный контроллинг. Статья посвящена изучению особенностей организации системы контроллинга в современных условиях хозяйствования. **Результаты:** обоснован вывод, что контроллинг является достаточно современной методикой, это претендующая на комплексный подход система управления производственной компанией, направленная на своевременную адаптацию компании к нестабильным экономическим условиям. Наличие надёжной защиты персональных данных как работников предприятия, так и особо важной документации в целом является необходимым элементом стабильного развития бизнеса. Отмечено, что, благодаря внедрению технологий искусственного интеллекта и элементов нейросетей, квалифицированные специалисты будут способствовать совершенствованию защиты данных предприятия, применяя тем самым инструменты проактивной защиты.

Purpose: to substantiate the relevance of organizing a controlling system in modern economic conditions. **Discussion:** in the current dynamic business environment, the process of achieving goals, which subordinates the entire management system, is becoming increasingly complex and requires taking into account many factors, including strategic and operational controlling. The article is devoted to the study of the peculiarities of organizing the controlling system in modern economic conditions. **Results:** the conclusion is substantiated that controlling is a fairly modern technique; it is a management system for a manufacturing company that claims to be an integrated approach, aimed at timely adaptation of the company to unstable economic conditions. The presence of reliable protection of personal data of both company employees and particularly important documentation in general is a necessary element of stable business development. It was noted that, thanks to the introduction of artificial intelligence technologies and elements of neural networks, qualified specialists will help improve the protection of enterprise data, thereby using proactive protection tools.

Электронный адрес: nnn-nauka@yandex.ru

Введение

Ограниченность финансовых ресурсов предприятий лимитирует деятельность предприятий любых отраслевых специфик и форм собственности, оказывая воздействие на все уровни управления. Для роста контролируемости и управляемости всех аспектов деятельности предприятиями могут разрабатываться контроллинговые системы управления, подчиненные самому высшему уровню управления. Взаимодействие стратегического и оперативного аспектов контроллинга в единой системе достижения целей способствует снижению числа неиспользованных резервов по всем видам ресурсов, обеспечивает освоение выявленных финансовых возможностей по снижению расходов и увеличению экономических выгод.

Все вышесказанное подчеркивает значимость компетентного планомерного совершенствования экономико-управленческих и производственных аспектов деятельности предприятия на различных этапах его развития. Этим обосновывается актуальность темы настоящего исследования, которая заключается в изучении специфики совершенствования деятельности предприятия конкретного предприятия, выявлении проблемных направлений экономико-управленческих и производственных аспектов деятельности и поиске способов их решения через создание системы управления производством и подсистем контроллинга. Система контроллинга интегрирует процессы планирования, учета, контроля и анализа на базе координирующего воздействия подразделений и служб предприятия.

Методы

Для понимания сущности контроллинга необходимо определить его цель, которой является ориентация управленческого процесса на достижение любых существенных подцелей, подчиненных цели выживаемости предприятия при максимальных выгодах [6]. Во-первых, поддержка формирования стратегии устойчивого развития предприятия и всех его структурных единиц. Во-вторых, ориентация управленческого процесса на достижение единой цели в виде достижения максимизации прибыли. В-третьих, предупреждение возникновения кризисных ситуаций в настоящем и в будущем и их компенсация. Следует отметить, что данный перечень целей может быть расширен, к примеру ряд авторов рассматривают в качестве цели контроллинга мета-функцию управления («управление управлением»), которая подразумевает координацию процессов менеджмента. Система контроллинга систематически мобилизует и модернизирует процессы планирования всех видов учета и анализа хозяйственной деятельности предприятия [2]. Все вышесказанное подчеркивает значимость компетентного планомерного управления финансами предприятия на различных этапах его развития. Этим обосновывается актуальность темы настоящего исследования, которая заключается в изучении специфики планового управления финансами конкретной коммерческой организации, выявлении проблемных направлений финансовой деятельности и отыскании способов их решения через создание системы контроллинга, в целях обеспечения финансовой деятельности, отвечающей интересам компании посредством формирования обоснованной финансовой политики участника рыночного товарооборота.

Результаты

Контроллинг – это процесс, ориентирующий всё предприятие на достижение целей, при гарантированном использовании всех ресурсов наиболее эффективным образом. Если управленческий персонал столкнется с отклонением результативных показателей от желаемых величин, то в системе контроллинга срабатывают механизмы расследования причин

отклонений и принятия корректирующих мер [3]. Экономисты предлагают разные подходы к созданию действенной системы принятия решений при помощи контроллинга. По результатам обобщения, из мнений можно выделить несколько базовых групп концепций контроллинга, которые поставлены в зависимость от двух критериев: функционального обоснования и институционального представления. Так, в рамках первой их предложенных концепций, которая является одним из направлений немецкой экономической школы (основные положения изложены в работах таких специалистов, как Р. Манн, Э. Майер, Х. Фольмут) контроллинг можно позиционировать как комплекс организационных мероприятий, модернизирующих и адаптирующих систему документооборота в уже имеющейся на предприятии системе управленческого учета. При использовании данной концепции акцент переносится на повышение актуальности управления затратами посредством внедрения инновационных методик хозяйствования и новейших цифровых технологий. Другим подходом к концепции контроллинга (Пич Г., Шерм Э. и др.) является определение его многомерной управленческой информационной системой, прежде всего ориентированной на решение стратегических задач – вся информационная база при этом выстраивается в «авторитарном» подчинении к стратегии развития. В рамках третьей концепции (автор Д. Хан), также основанной на подходах немецкой экономической школы, контроллинг рассматривается как совокупность планирования и контроля, в системе улучшающих внутренний учет.

Рассмотрение контроллинга с точки зрения системы менеджмента коммерческого предприятия предполагает анализ его природы на основе дифференциации его функционала. При этом в априори нестабильных рыночных условиях предприниматели осознают необходимость получить пригодную к внедрению методику, которая позволит предприятию любого масштаба аккумулировать и систематизировать информацию в аналитических целях. Она должна позволить менеджменту предприятия получать на выходе адекватные результаты, которые позволят своевременно принимать обоснованные управленческие решения, ведущие к улучшению положения компании на рынке. Пользователь должен иметь возможность сформировать перечень мероприятий, которые обеспечат своевременную адаптацию предприятия к постоянно меняющимся условиям, прежде всего, внешней среды. Применительно к сказанному выше, контроллинг – достаточно современная методика, претендующая на комплексный подход к системе управления производственным предприятием, направленная на своевременную адаптацию всей деятельности предприятия к нестабильным экономическим условиям. Система контроллинга позволяет пользователю (руководителю или топ-менеджеру) постоянно мониторить внешнюю и внутреннюю среду предприятия, повышая возможность эффективной его адаптации к изменениям – как спрогнозированным, так и полностью неожиданным. Адаптивность предприятия тесным образом сопряжена с инновационной политикой. При внедрении адапционного контроллинга в деятельность предприятия его инструменты необходимо апробировать, выяснив их соответствие потребностям системы управления. На этапе внедрения адапционного контроллинга на предприятии формируется специальная структура – это может быть мобильная группа специалистов или отдел контроллинга, включенная в структуру предприятия, которая подчиняется непосредственному руководителю. Однако при этом контроллерам придается определенная независимость. Основное требование к организации действенной системы контроллинга состоит в создании четких, ясных и в достаточной мере стандартизированных генеральных, пообъектных и локальных отчетов.

Сопоставление стратегического и оперативного контроллинга позволяет сделать вывод, что их организационное оформление возможно через создание мобильных рабочих групп, обеспечение гибкости структуры в долгосрочной перспективе. Применительно к рассмотрению вопроса об информационно-аналитическом обеспечении контроллинговой системы существует большое количество разнонаправленных мнений, например, А.И. Шигаев предложил рассматривать «контроллинг как контрольно-информационную систему обеспечения управления развитием предприятия посредством мониторинга динамики ресурсов, затрат и результатов внутрихозяйственной деятельности, бизнес-процессов и всей деятельности рыночного субъекта» [7]. Контроллинг позволяет своевременно адаптировать управленческие решения, координировать процесс принятия обоснованных управленческих решений, посредством формирования качественно новых информационных систем в рамках предприятия [4,5,8]. Планированию, как основе контроллинга, предшествует аккумулирование и интерпретация всей производственной и финансовой информации, позволяющей осуществлять все остальные функции управления. На современном этапе развития топ-менеджмент каждого предприятия, особенно малого предприятия, сталкивается с постоянно изменяющимися потоками информации. В результате увеличивается и количество лишней информации, нередко не позволяющей получателю правильно расставить акценты, выделив более значимую информацию. Когда руководителем или менеджером умело используется информационная система предприятия, он получает возможность целенаправленной сепарации информации, что позволяет качественно оценивать степень возможного воздействия на положение внутри предприятия, а в ряде случаев и вне его, к примеру, в рамках рыночного сегмента. Планирование в системе контроллинга базируется на аккумулировании и обработке информации [10]. Руководство предприятия должно иметь оперативный доступ к сведениям, которые поступают как из внутренних, так и внешних источников, такой подход позволяет принимать обоснованные управленческие решения.

Обсуждение

Информационное обеспечение контроллинговой системы управления в современных условиях состоит, прежде всего, в предоставлении информационных сервисов (ИТ-сервисов) заданного качества. Спектр ИТ-сервисов индивидуален для каждого предприятия, он определяется выбранной стратегией развития, размерами и масштабами деятельности предприятия, занимаемым рыночным сегментом, ее отраслевой принадлежностью, достигнутым уровнем автоматизации, уровнем квалификации персонала предприятия и др. [9]. В условиях цифровой трансформации специалистами все корпоративные ИТ-сервисы подразделяются на три категории [9]:

- сервисы поддержки ИТ-инфраструктуры (вся совокупность функционирующего на предприятии программного обеспечения, локального оборудования, сетей и подключенных сервисов, образующих ИТ-среду);
- сервисы поддержки бизнес-приложений;
- сервисная поддержка индивидуальных пользователей.

ИТ-сервисы должны быть охарактеризованы рядом параметров, такими как функциональность, надежность, производительность [2]. Сегодня для участников рыночного товарооборота важно сохранение коммерческой тайны, которое позволяет производить эксклюзивные товары. Коммерческая тайна касается не только ноу-хау, т.е. способов создания товара, но и способов организации производственной цепочки, маркетинговых подходов и т.п. Соответственно, в данном аспекте к информационной системе предъявляются повышенные требования к обеспечению конфиденциальности. Для руководства предприятия важно минимизировать вероятность несанкционированного доступа к информационным базам о деятельности предприятия. Принадлежность информационной системы к определенному классу конфиденциальности сегодня

подтверждается посредством независимой сертификации, которая возложена на производителя. Формирование информационной системы для целей контроллинга и ее систематическая модернизация требуют определенных расходов на сопровождение ИТ-сервиса предприятия. Величина затрат существенно зависит от стоимости технологического оборудования, программного обеспечения, используемых каналов связи и кабельной системы, стоимость получения внешних услуг ИТ-специалистов, оплату труда обслуживающего персонала и др. В нестабильных рыночных условиях предприниматели осознают необходимость получить пригодную к внедрению методiku, которая позволит компании любого масштаба аккумулировать и систематизировать информацию в аналитических целях. Она должна позволить менеджменту предприятия получать на выходе адекватные результаты, которые позволят своевременно принимать обоснованные управленческие решения, ведущие к улучшению положения предприятия на рынке. Пользователь должен иметь возможность сформировать перечень мероприятий, которые обеспечат своевременную адаптацию предприятия к постоянно меняющимся условиям, прежде всего, применительно к внешней среде.

Наличие надёжной защиты персональных данных как работников предприятия, так и особо важной документации в целом является необходимым элементом стабильного развития бизнеса [7]. В России, специалист, занимающийся безопасностью данных организации в цифровом пространстве, получает среднюю заработную плату в размере 120 тыс. р. и чем большим объёмом знаний обладает работник, тем больше будет его оклад, особенно при навыке работать с такими управленческими системами, как контроллинг. Поскольку сейчас активно развиваются технологии искусственного интеллекта и начинают внедрять в цифровые системы предприятия элементы нейросетей, квалифицированные специалисты будут способствовать совершенствованию защиты данных предприятия, применяя тем самым инструменты проактивной защиты [6]. Данные нововведения позволят работникам сферы кибербезопасности выполнять ряд важных функций:

- прогнозировать наиболее вероятные кибер-атаки на систему безопасности предприятия, оценивать наиболее приближённый к действительности ущерб и искать способы его минимизации;
- моделировать и проецировать возможные варианты хакерских и других атак, выявляя при этом возможные изъяны действующей системы защиты;
- использовать весь функционал системы безопасности данных, находящихся в цифровых хранилищах, а также проверять приложения, связанных с ними.

Заключение

Таким образом, необходимость внедрения на современных предприятиях системы контроллинга может быть обусловлена рядом причин:

- имеющий место рост нестабильности во внешней среде, порождающий дополнительные требования к системе принятия управленческих решений руководством компании;
- потребность в адекватном прогнозировании будущего, требующая непрерывного мониторинга изменений, происходящих во внешней и внутренней средах компании;
- построение стратегии компании диктует необходимость сместить акцент с контроля достижений прошедшего периода на прогнозы перспективных показателей;
- объективно рост масштабов компании ведет к усложнению систем управления деятельностью компании, что требует создания эффективного механизма координации внутри системы управления;
- существенный рост интенсивности потока информации при недостаточности релевантной информации порождает потребность в создании специальной системы информационного обеспечения управления предприятием.

Литература

1. Есакова Е.Е. Автоматизация составления оперативных отчетов в системе учета затрат // Вестник университета, 2011. – № 17. – С. 140-141.
2. Казакова Н.А. Бизнес-анализ и управление рисками: учебник / Н.А. Казакова, А.Н. Иванова; под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.А. Казаковой. – М.: ИНФРА-М, 2022. – 336 с.
3. Казакова Н.А. Методология риск-ориентированного контроля и контроллинга эффективности бизнеса: монография / Н.А. Казакова, Е.И. Ефремова; под ред. проф. Н.А. Казаковой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 234 с.
4. Камалова А.Р., Соколов А.Ю. Типология бизнес-процессов в системе финансового управления организацией / А.Р. Камалова, А.Ю. Соколов. – сб. статей победителей Международной научно-практической конференции «Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы». – Пенза: Наука и просвещение, 2017. – С. 49-52.
5. Контроллинг на промышленном предприятии: учебник / А.М. Карминский, С.Г. Фалько, И.Д. Грачев [и др.]; под ред. А.М. Карминского, С.Г. Фалько. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. – 304 с.
6. Костюкова Е.И. Организационно-методические основы функционирования системы управленческого учета / Е.И. Костюкова, Т.А. Башкатова // Международный бухгалтерский учет, 2011. – № 36. – С. 12-17.
7. Михайлов А.А., Комова А.А. Роль контроллинга персонала в системе управления промышленным предприятием // Московский экономический журнал, 2019. – № 10.
8. Пласкова Н.С. Методология учетно-аналитического обеспечения контроллинга в системе управления организацией: монография / Н.С. Пласкова. – М.: ИНФРА-М, 2022. – 198 с.
9. Синявец Т.Д. Особенности управленческих решений в системе контроллинга персонала // Вестник ОмГУ, 2005. – № 1.
10. Шигаев А.И. Контроллинг стратегии развития предприятия: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит», «Налоги и налогообложение» / А.И. Шигаев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 351 с.
11. Khudyakova T.A. Improving the efficiency of the enterprise's activity based on the implementation of the controlling system / T.A. Khudyakova, A.V. Shmidt // Proceedings of Strategic Management and its Support by Information Systems, 2017. – P. 46-52.
12. Khudyakova T.A. Methodological approach to forecasting financial and economic enterprise stability // International Congress on Interdisciplinary Behavior and Social Science 2015. – 2016. – P. 307-310.

УДК 65.01

Т.О. Толстых, О.О. Кочетова, В.Э. Гарьковенко
**МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

T.O. Tolstykh, O.O. Kochetova, V.E. Garkovenko
**THE MECHANISM FOR MANAGING THE SUSTAINABLE
DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES**

Ключевые слова: устойчивое развитие, методы оценки, критерии устойчивости, механизм управления, промышленные предприятия, национальные показатели, стратегическое развитие, система показателей.

Keywords: sustainable development, assessment methods, sustainability criteria, management mechanism, industrial enterprises, national indicators, strategic development, system of indicators.

Цель: разработать механизм управления устойчивым развитием промышленных предприятий, отвечающий современным требованиям и тенденциям развития мировой экономики. Обсуждение: в условиях трансформации мирового порядка особую актуальность приобретает проблема обеспечения устойчивого развития экономических субъектов. В процессе исследования был проведен анализ большого количества работ отечественных и зарубежных ученых, посвященных рассмотрению вопросов достижения устойчивого развития. Изученный опыт позволил обосновать актуальность дальнейших исследований. Результаты: обобщение различных точек зрения к определению и оценке устойчивого развития позволило авторам сформулировать собственное видение по данным вопросам. В работе предложен целевой подход к оценке и механизм управления, позволяющий определить эффективность перехода промышленного предприятия к устойчивому развитию. Апробация предложенного механизма продемонстрирована на примере АО «ОДК». Практическая значимость полученных результатов заключается в повышении конкурентоспособности промышленных предприятий, а также в совершенствовании стратегий и программ обеспечения долгосрочного развития отраслей экономики.

Purpose: to develop a mechanism for managing the sustainable development of industrial enterprises that meets modern requirements and trends in the development of the global economy. Discussion: in the context of the transformation of the world order, the problem of ensuring the sustainable development of economic entities is of particular relevance. In the course of the research, an analysis of a large number of works by domestic and foreign scientists devoted to the consideration of issues of achieving sustainable development was carried out. The studied experience allowed us to substantiate the relevance of further research. Results: The generalization of different points of view on the definition and assessment of sustainable development allowed the authors to formulate their own vision on these issues. The paper proposes a targeted approach to assessment and a management mechanism that allows determining the effectiveness of the transition of an industrial enterprise to sustainable development. The approbation of the proposed mechanism is demonstrated by the example of JSC ODK. The practical significance of the results obtained is to increase the competitiveness of industrial enterprises, as well as to improve strategies and programs to ensure the long-term development of economic sectors.

Электронный адрес: tt400@mail.ru, olyakochet@mail.ru, garkovenko_v@mail.ru

Введение

В настоящее время проблема устойчивого развития экономических субъектов (государства, отрасли, предприятия) является одной из наиболее дискуссионных. Это обусловлено происходящими социально-экономическими и политическими потрясениями последнего десятилетия. Несомненно, 2014 год можно назвать переломным не только для нашей страны, но и для всего мира, когда произошла трансформация устоявшейся модели глобального экономического развития, стала переосмысливаться роль государства в укреплении экономико-технологического суверенитета. Рассматривая сегодняшнее положение страны на международной арене, можно отметить, что Россия, являясь социально ориентированным государством, совершенствует нормативно-правовую базу в сфере устойчивого развития, разрабатывая новые документы и положения, регламентирующие деятельность экономических субъектов и обеспечивающие достижение национальных целей в этой области. Концепция перехода к устойчивому развитию в России [14] официально была утверждена в 1996 году и направлена на сохранение природно-ресурсного потенциала, она способствует решению социально-экономических проблем, что и определило дальнейший курс развития страны. Для реализации государственной политики в области устойчивого развития особая роль отводится промышленным предприятиям, благодаря деятельности которых обеспечиваются производственные возможности и удовлетворяются жизненно необходимые потребности населения. Активно растет число российских предприятий, формирующих стратегии устойчивого развития, учитывая экологическую повестку и технологические потребности.

На фоне сложной геополитической ситуации, вызванной чередой негативных событий, связанных с последствиями ковидной пандемии, обострением вооруженных конфликтов, антироссийской политикой западных стран и санкционными ограничениями, появляются новые угрозы и вызовы для устойчивого развития промышленных предприятий. На передний план встают вопросы, связанные с обеспечением экологической, социальной, экономической (в т.ч. продовольственной) безопасности, импортонезависимости отраслей экономики и достижением технологического суверенитета страны. Данные вопросы необходимо решать в рамках осуществления инновационной деятельности, путем проведения технологической модернизации производства, развития сектора НИОКР и цифровых технологий; разработки и внедрения зеленых технологий на производстве, выбора эффективных форм объединения (промышленной кооперации; интеграции государственного, научного и бизнес сектора). Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач: проанализировать существующие подходы к определению и оценке устойчивого развития; систематизировать принципы и факторы устойчивого развития предприятия; разработать механизм управления устойчивым развитием промышленного предприятия.

Методы

В процессе написания работы применялись следующие методы научного исследования: анализ, обобщение, сравнение, систематизация, графический метод и моделирование.

Результаты

Обращаясь к теме устойчивого развития, следует сказать о том, что само понятие было введено в 1987 году Комиссией по окружающей среде и развитию и использовалось в сфере рационального природопользования. Изначально под этим термином понималась способность нынешнего поколения удовлетворять потребности без ущерба интересам последующих поколений. Позднее на конференции в Рио-де-Жанейро в 1992 году был представлен расширенный вариант определения устойчивого развития, включающий экономическую эффективность, социальное равенство и экологическую устойчивость. На современном этапе развития общества Генеральной Ассамблеей ООН в 2015 году [23] была утверждена «Повестка дня в области устойчивого развития», призывающая страны обеспечить реализацию целей, заявленных в этом документе, посредством разработки национальных программ для перехода к устойчивому развитию. Значительный вклад в изучение вопросов, связанных с обоснованием концепции устойчивого развития на уровне экономических систем, внесли такие известные ученые, как Д.Х. Медоуз [25], А. Печчи [26], В.И. Данилов-Данильян [5], А.Д. Урсул [24], С.Н. Бобылев [3] и многие другие. На региональном и отраслевом уровне вопросами управления устойчивым развитием занимались А.Г. Гранберг [4], Г.С. Розенберг [17], А.Г. Аганбегян [1] и другие ученые. Вопросы формирования интегрального показателя для оценки уровня устойчивого развития промышленного предприятия отражены в работах Н.А. Хомячковой [22], Д.С. Кондауровой [8], Е.П. Козловой [6], С.В. Кузнецова [9], С.Г. Светунькова и В.П. Смолькина [18] и других специалистов.

Говоря про устойчивое развитие, необходимо обозначить, что существует большое количество определений данного понятия, разработанных коллективами ученых и отдельными исследователями (табл. 1). Так, например, изучению проблем экономической устойчивости предприятий посвящены работы Т.А. Худяковой [16], Т.В. Колосовой [7], М.А. Микитась [13]. Другой подход отражен в работах В.И. Данилов-Данильяна, А.Д. Урсула, С.Н. Бобылева, исследующих преимущественно экологический аспект устойчивого развития. Комплексный подход к рассмотрению триединой концепции устойчивого развития, включающей сбалансированное сочетание экономического, экологического и социального аспектов, представлен в работах Н.А. Хомячковой, С.В. Ореховой [15], Т.Е. Мельник [12] и других.

Таблица 1

Подходы к определению устойчивого развития (составлено авторами)

| Авторы | Определение |
|-------------------------|--|
| 1. Экономический подход | |
| Худякова Т.А. | Финансовое положение предприятия, формирующееся под воздействием различных факторов, классифицируемых по трем признакам: 1) среде функционирования (внешние и внутренние факторы); 2) уровню прогнозирования (трудно прогнозируемые и непредсказуемые факторы); 3) характерному типу (экономические и неэкономические факторы) [16]. |
| Колосова Т.В. | Перманентный процесс преобразования экономической системы предприятия с учетом рыночных потребностей, выражающийся в достижении конкурентоспособности за счет внедрения инноваций [7]. |
| 2. Экологический подход | |
| Данилов-Данильян В.И. | Социально-экономическое развитие, при котором созданные условия способствуют общественному прогрессу и позволяют повышать уровень и качество жизни, не разрушая окружающую среду [5]. |
| Урсул А.Д. | Процесс управления сбалансированным развитием социосистемы, обеспечивающий цивилизационный прогресс и не приводящий к деградации окружающей среды [24]. |
| 3. Триединый подход | |
| Орехова С.В. | Целенаправленный процесс качественных преобразований ресурсов предприятия с целью обеспечения долгосрочного роста и развития партнерских отношений с другими субъектами [15]. |
| Мельник Т.Е. | Совокупность взаимосвязанных действий, направленных на достижение максимальной социо-эколого-экономической эффективности и переход в качественно новое состояние посредством гармонизации отношений во внешней и внутренней среде [12]. |

Такое разнообразие толкований характеризуется многообразием исследуемых учеными вопросов в рамках рассматриваемой проблематики. Общность представленных формулировок заключается в интерпретации сущности понятия «устойчивое развитие» как динамической системы, состоящей из набора взаимосвязанных элементов. В свою очередь, анализ и обобщение опыта позволили нам сформулировать собственное видение, определяя устойчивое развитие как способность промышленного предприятия эффективно функционировать, обеспечивая достижение текущих и стратегических целей развития, посредством сбалансированного сочетания экономических, социальных, экологических и технологических параметров, с учетом факторов внешней и внутренней среды. Переходя непосредственно к главной цели проводимого исследования – разработке механизма управления устойчивым развитием промышленных предприятий, необходимо сказать, что, как и любая другая система, механизм управления включает в себя следующие элементы (рис. 1): 1) цели и задачи развития; 2) принципы развития; 3) факторы воздействия на развитие; 4) инструменты развития; 5) методы оценки уровня развития.



Рис. 1. Механизм управления устойчивым развитием промышленного предприятия (составлено авторами)

Описание механизма управления устойчивым развитием необходимо начинать с целей и задач функционирования промышленного предприятия. В основе разработки программы устойчивого развития формулируются стратегические цели, которые состыкуются с общей стратегией предприятия, основываясь на результатах его всестороннего анализа и учитывают отраслевую принадлежность. В России создана нормативная база по формированию набора национальных показателей устойчивого развития страны, которые сопряжены с общемировыми приоритетами развития, заявленными в Повестке дня. В связи с этим для промышленных предприятий появляется возможность определения ориентиров и стратегических задач развития, собственных показателей, которые будут включены в их стратегию. В качестве приоритетных направлений по достижению устойчивого развития можно обозначить следующие: 1) цель 8 «Достойная работа и экономический рост»; 2) цель 9 «Индустриализация, инновации и инфраструктура»; 3) цель 12 «Ответственное потребление и производство»; 4) цель 13 «Борьба с изменением климата»; 5) цель 17 «Партнерство в интересах устойчивого развития». Вовлеченность в реализацию данных целей позволяет промышленным предприятиям получить конкурентные преимущества, связанные с обеспечением эффективного производства, повышением качества продукции, увеличением объемов продаж, улучшением финансовых показателей. Переходя к рассмотрению следующего элемента механизма, отметим, что для эффективного и стабильного функционирования промышленного предприятия необходимо разработать систему принципов устойчивого развития, базирующуюся на фундаментальных и современных принципах управления. Изучению основополагающих и формированию новых принципов управления устойчивым развитием посвящены работы таких российских ученых как Р.А. Фатхутдинова [21], Т.Н. Тополевой [20], Д.С. Кондауровой, Е.П. Козловой и др. Так, например, Р.А. Фатхутдинов и Т.Н. Тополева придерживаются двухуровневой классификации, разделяя принципы устойчивого развития на системообразующие и частные. К первой категории авторы относят следующие принципы: иерархичность; целеполагание; компетентность; адаптивность; целостность; информированность; верифицируемость. Ко второй категории относятся следующие: взаимообусловленность подсистем; динамичное развитие; открытое взаимодействие; правовое обеспечение; прибыльность; снижение рисков. По мнению Д.С. Кондауровой существует объективная необходимость в разграничении выше обозначенных принципов, поэтому в своей работе автор описывает четыре группы принципов устойчивого развития [8]: системообразующие; общие; частные; специальные. Другая точка зрения на классификацию принципов устойчивого развития отражена в работе Е.П. Козловой. Автор предлагает систему основных принципов, разделяя их на группы по сферам деятельности предприятия [6]: экономические; экологические; социальные; технологические.

Проанализировав различные авторские точки зрения к классификации основных принципов управления устойчивым развитием промышленного предприятия, отметим, что в группу частных принципов можно добавить также принцип экологической безопасности, который обусловлен возникшей потребностью перехода к экологичному производству для снижения негативного воздействия на окружающую среду. Кроме того, скажем, что к новым принципам устойчивого развития, учитывающим современные глобальные экономические, экологические, социальные, технологические, политические тенденции и нарастающие угрозы, можно отнести следующие: принцип рационального природопользования, базирующийся на положениях циркулярной экономики; разработка и внедрение наукоемких технологий в производство, сопряженных с перспективой возобновления природных ресурсов (зеленые, цифровые технологии); долговременное стабильное и сбалансированное развитие, основанное на эффективном сочетании социальных, экономических, экологических, технологических параметров предприятия с учетом политики и рисков его деятельности; достижение технологического суверенитета посредством отказа от модели «догоняющего развития», перехода к политике импортонезависимости, обеспечения повышения уровня конкурентоспособности продукции отечественных производителей на международном рынке.

Следующий элемент механизма – факторы устойчивого развития промышленного предприятия. Под факторами необходимо понимать совокупность причин, положительно или отрицательно влияющих на деятельность хозяйствующего субъекта. Учитывая сложившуюся непростую геополитическую ситуацию в мире, усиление роли цифровых технологий во многих сферах общественной деятельности и другие вызовы современности, для промышленных предприятий возникает необходимость преодоления новых препятствий. Поэтому для определения степени достижения устойчивого развития необходимо выстроить комплексную систему факторов по каждому направлению деятельности предприятия. Среди ученых, занимающихся исследованием различных групп факторов устойчивого развития, также обозначим Д.С. Кондаурову, Т.Н. Тополеву, С.В. Кузнецова и Е.П. Козлову. Так, в своих работах Д.С. Кондаурова и Т.Н. Тополева придерживаются единой точки зрения к определению факторов устойчивого развития предприятия, систематизируя их по выбранным критериям [8,20]. Обобщив изученный опыт авторов, представим их классификацию. Все факторы устойчивого развития укрупненно разделяют по трем признакам: среде функционирования; времени действия; постоянству действия.

1. В зависимости от среды функционирования выделяют внешние и внутренние факторы. Данные факторы непосредственно связаны с анализом процессов, происходящих за пределами и внутри предприятия. В свою очередь, внешние факторы подразделяют на прямые и косвенные. Далее рассмотрим внутреннюю среду предприятия. По признаку функциональных подсистем выделяют следующие факторы: производственный, финансовый, управленческий, маркетинговый и кадрового обеспечения.

2. Следующий классификационный признак – время. По времени действия факторы устойчивого развития разделяют на три вида: долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные. Они характеризуются степенью отдаленности проявлений и скоростью реагирования.

3. Еще один классификационный признак – постоянство действия. Согласно данному признаку факторы разделяют на постоянные, периодические и непериодические. Такие факторы характеризуются частотой влияния в определенные периоды времени на деятельность предприятия.

Схожая точка зрения на классификацию факторов устойчивого развития выражена С.В. Кузнецовым [9]. В его работе факторы, в зависимости от среды деятельности предприятия, также разделены на внешние и внутренние. В свою очередь, внешние факторы подразделяются по характеру воздействия на прямые и косвенные. Внутренние факторы устойчивого развития систематизированы по сферам деятельности предприятия на три направления: экономические; экологические; социальные. Для сравнительного анализа рассмотрим еще одну систему факторов устойчивого развития, представленную в работе Е.П. Козловой [6], в которой автор выделяет шесть типов факторов: естественные; труд; капитал; менеджмент и инновации; информация; экология. По каждому из факторов автор определяет основные показатели для измерения и оценки эффективности развития, а также приводит примеры путей обеспечения устойчивого развития. Таким образом, под влиянием

выше обозначенных факторов промышленному предприятию необходимо адаптироваться к меняющимся условиям, корректируя цели и задачи развития, организационную структуру и др. Выявленные факторы являются источником изменений: они могут способствовать устойчивому росту и развитию или препятствовать этому, нарушая равновесное состояние. Далее рассмотрим элемент механизма, на наш взгляд, имеющий наиболее прикладной характер и значение в управлении, – инструменты устойчивого развития промышленного предприятия. Так, например, ученый Е.П. Козлова [6] в своей работе выделяет четыре группы инструментов, сопряженных с аспектами устойчивости функционирования предприятия: экономические; экологические; социальные; технологические.

Другой подход к классификации инструментов устойчивого развития промышленного предприятия отражен в работе С.В. Кузнецова [9]. Автор предлагает в рамках формирования механизма управления устойчивым развитием использовать инструменты государственного регулирования. Укрупненно все инструменты разделены на две группы – вертикальные и горизонтальные. В первую группу входят следующие инструменты: государственные закупки; государственные субсидии; государственные венчурные фонды; целевые государственные структуры. Во вторую группу включены следующие инструменты: государственная поддержка и гарантии; государственные меры стимулирования; экспортно-импортные пошлины; нетарифные инструменты регулирования торговли; технико-технологические стандарты и нормативы; информационная поддержка отраслей; налоговые льготы. Связующим элементом механизма являются методы оценки устойчивого развития промышленного предприятия. Следует сказать, что на сегодняшний день в научной литературе насчитывается довольно большое количество подходов к анализу и оценке уровней достижения устойчивого развития экономических субъектов, использующих различные методы определения набора ключевых показателей и критериев их оценки, а также поиска новых способов разрешения существующих проблем в этой области. Тем не менее, не существует единого общепризнанного подхода, позволяющего всесторонне проанализировать эффективность деятельности предприятий, функционирующих в различных отраслях экономики и реализующих принципы устойчивого развития.

В процессе нашего исследования были отобраны работы, посвященные изучению как отдельных направлений устойчивого развития, так и отражающие взгляды ученых на вопросы создания методики комплексной оценки и формирования механизма управления данным развитием. Так, например, Т.Н. Тополева [20] уделяет особое внимание изучению экономического аспекта устойчивого развития промышленного предприятия. Другой автор, Н.А. Лытнева [10], в своей работе использует процессный подход к управлению промышленным предприятием и рассматривает виды его устойчивости, из которых складывается общая устойчивость предприятия. В то же время Д.С. Аджаматова [2] использует функциональный подход к детализации видов устойчивости предприятия и установления причинно-следственных связей для их соотнесения с факторами устойчивого развития. Среди ученых, придерживающихся интегрального подхода к оценке уровня устойчивого развития можно выделить следующих: группу исследователей (С.Г. Светулькова и В.П. Смолькина), разработавших социо-эколого-экономическую систему показателей устойчивого развития промышленных предприятий [18]; коллектив авторов (Е.А. Мацневу и Е.Р. Магарил), также являющихся сторонниками трехкомпонентного (социо-эколого-экономического) анализа устойчивого развития промышленного предприятия, выделяющих критерии для его оценки, разделяя их на группы в зависимости от среды функционирования [11]; С.В. Кузнецов применяет метод средних величин для оценки трех направлений устойчивости (социальной, экологической и экономической) и вычисления интегрального значения уровня устойчивого развития промышленных предприятий [9]; 4) Д.С. Кондаурова анализирует деятельность промышленного предприятия по четырем направлениям устойчивости (социальному, экологическому, экономическому и глобальному), формирует систему оценочных показателей и в результате исследования получает интегральную оценку уровня устойчивого развития [8]; Н.А. Хомяченкова в своей методике рассматривает внешнюю и внутреннюю деятельность промышленного предприятия и на основе результатов анализа выделяет четыре направления устойчивости (социальное, экологическое, экономическое и рисковое), по каждому из которых определяет критерии и показатели для оценки устойчивости; конечным результатом работы является построение интегрального показателя устойчивого развития [22]; Е.П. Козлова в своем исследовании базируется на четырехкомпонентном анализе устойчивости, выделяя следующие ее направления: социальное, экологическое, экономическое и технологическое; отобранные для расчетов показатели систематизирует на количественные и качественные; в конце исследования автор рассчитывает ряд показателей: частный интегральный показатель по каждому направлению устойчивости; интегральный показатель количественной и качественной устойчивости; обобщенный интегральный показатель устойчивого развития промышленного предприятия [6].

Отдельно можно обозначить позицию таких ученых, как Н.П. Тарасова и Е.Б. Кручина [19], предлагающих индикаторный подход к оценке устойчивого развития предприятия, который основывается на совмещении двух принципов: построении системы индикаторов, отражающих отдельные аспекты устойчивости (социальный, экологический, экономический и институциональный); построении интегрального индикатора устойчивого развития. Для полного и наглядного понимания, а также для сравнительной оценки исследуемого авторами интегрального (индикаторного) подхода аспектов устойчивого развития предприятий результаты обработки представлены в табличном виде (табл. 2).

Таблица 2

Позиции ученых и исследователей
в оценке устойчивого развития (составлено авторами)

| Авторы | Исследуемые области устойчивого развития | | | | | | |
|-----------------------------------|--|---------------|---------------|------------|----------|-----------------|-------------------|
| | Социальная | Экологическая | Экономическая | Глобальная | Рисковая | Технологическая | Институциональная |
| С.Г. Светульков, В.П. Смолькин | + | + | + | - | - | - | - |
| Е.А. Мацнева, Е.Р. Магарил | + | + | + | - | - | - | - |
| С.В. Кузнецов | + | + | + | - | - | - | - |
| Д.С. Кондаурова | + | + | + | + | - | - | - |
| Н.А. Хомяченкова | + | + | + | - | + | - | - |
| Е.П. Козлова | + | + | + | - | - | + | - |
| Н.П. Тарасова, Е.Б. Кручина | + | + | + | - | - | - | + |

Таким образом, на основе обобщения результатов, отраженных в табл. 2, можно утверждать, что на сегодняшний день существует объективная необходимость разработки методики комплексной оценки устойчивого развития промышленного предприятия, которая позволит всесторонне исследовать его деятельность по следующим направлениям: социальному, экологическому, экономическому, технологическому, рисковому и политическому (рис. 2).

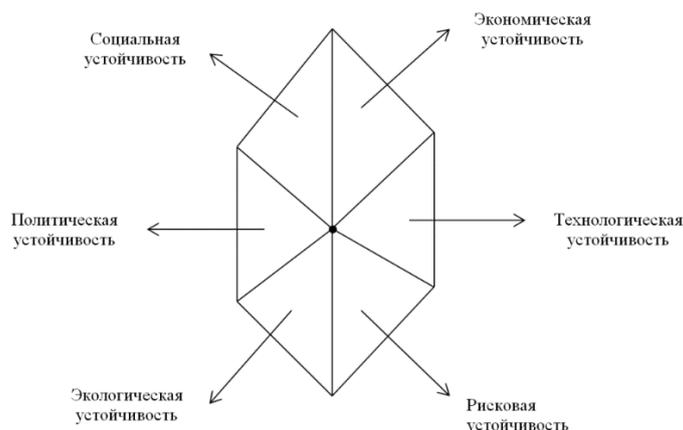


Рис. 2. Графическое представление направлений анализа устойчивого развития промышленных предприятий (составлено авторами)

В рамках проведенного нами исследования из предложенных методических подходов к оценке устойчивого развития промышленных предприятий близка точка зрения, изложенная в работах Д.С. Кондауровой, Н.А. Хомяченковой и Е.П. Козловой. Каждый из данных авторов совершенствует концепцию устойчивого развития, включая в ее содержание дополнительные аспекты устойчивости: Д.С. Кондаурова [8] анализирует глобальную устойчивость, которая выявляет зависимость от международных факторов; Н.А. Хомяченкова [22] акцентирует внимание на рискованной устойчивости, своевременному выявлению и управлению внутренними и внешними рисками; Е.П. Козлова [6] исследует технологическую устойчивость, отводит особую роль инновационной деятельности и подтверждает значимость технологических процессов. В свою очередь, мы предлагаем в нашем исследовании анализировать деятельность промышленного предприятия по пяти направлениям: экономическому, социальному, экологическому, технологическому и политическому. По каждому направлению выбираем критерии устойчивого развития и формируем систему оценочных показателей.

Рассматривая экономическую устойчивость, как один из самых значимых аспектов деятельности, необходимо отметить, что для проведения оценки целесообразно использовать следующие критерии: финансовый; производственный; маркетинговый; организационный; инвестиционный. Так, финансовая устойчивость характеризует текущее состояние экономического субъекта и оценивает эффективность полученных результатов от финансово-хозяйственной деятельности. В качестве оценочных показателей, которые можно включить в расчеты, выступают платежеспособность, финансовая независимость, ликвидность, оборачиваемость, рентабельность, кредитоспособность, инвестиционная привлекательность и др. Переходя к рассмотрению социальной составляющей устойчивого развития, обозначим, что важными показателями для оценки являются обеспечение условий труда, стабильность кадрового состава, материальное обеспечение и др. Экологическая устойчивость связывает конечные результаты производственной деятельности предприятия с последствиями, влияющими на состояние окружающей среды. Критериями для оценки экологической составляющей развития являются безопасность производства и эффективность природоохранной деятельности. Принимая во внимание трансформационные тенденции, происходящие в современном мире, связанные с политической нестабильностью, и появление цифровых технологий, сопряженных с усложнением протекающих процессов на предприятиях и в самом обществе, считаем целесообразным выделить для исследования дополнительные аспекты устойчивого развития, такие как технологическая и политическая устойчивость.

Рассматривая технологическую устойчивость промышленного предприятия, укрупненно можно выделить следующие критерии: степень износа оборудования и машин; прогрессивность техники и применяемых технологий; затраты на НИОКР и др. Все расчетные показатели, используемые для оценки технологической устойчивости, также разделены на три группы: к первой группе отнесены показатели, обозначающие интенсивность модернизации производственных фондов; вторая группа включает показатели, описывающие уровень инновационности; в третью группу входят показатели, определяющие технологическое лидерство. Последним направлением анализа и оценки устойчивого развития промышленного предприятия является политическая устойчивость, под которой мы понимаем способность противостоять влиянию факторов международного уровня (внешней среды), сохраняя стабильность функционирования, обеспечивая реализацию выбранной политики и достигая эффективность управленческих решений. Поэтому для характеристики политической составляющей устойчивого развития предлагаем систематизировать оценочные показатели по трем критериям: внешнеэкономическая устойчивость; внешнеполитическая устойчивость; импортоустойчивость.

Далее отобранные нами расчетные показатели для оценки устойчивого развития следует систематизировать в соответствии с целями деятельности промышленного предприятия на количественные и качественные. Так, рассматривая на уровне экономической устойчивости: к количественным целям можно отнести улучшение состояния финансово-экономических показателей; к качественным целям – повышение качества продукции, степени управления предприятием, улучшение положения на рынке и др. На уровне социальной устойчивости: количественные цели – удовлетворенность сотрудников заработной платой; качественные цели – удовлетворенность сотрудников условиями рабочего места, труда и отдыха. На уровне экологической устойчивости: количественные цели – разработка мероприятий, позволяющих снизить расходы на утилизацию отходов и избежать штрафов за превышение нормативных уровней загрязнения; качественные цели – применение эффективных методов, позволяющих снизить уровень выбросов и разрешить все экологические вопросы производственной деятельности. На уровне технологической устойчивости: количественные цели – увеличение объема

производства высокотехнологичной продукции; качественные цели – модернизация основных производственных фондов и применение современных технологий для повышения качества выпускаемой продукции. На уровне политической устойчивости: количественные цели – уменьшение объема импорта и увеличение объема экспорта; качественные цели – налаживание отношений с дружественными странами для увеличения притока инвестиций в экономику страны. Таким образом, в рамках нашего исследования разработана система количественных и качественных показателей устойчивого развития по выбранным критериям и направлениям устойчивости (экономической, социальной, экологической, технологической и политической). Полученные результаты представлены на рис. 3.

| Показатели устойчивого развития промышленных предприятий | |
|---|---|
| Качественные | Количественные |
| 1. Экономическая устойчивость: | |
| Организационная устойчивость: 1) коэффициент эффективности управления; 2) коэффициент экономичности организационной структуры; 3) коэффициент чистой прибыли на одного работника управления. | Финансовая устойчивость: 1) коэффициент текущей ликвидности; 2) коэффициент автономии; 3) коэффициент финансовой зависимости; 4) коэффициент маневренности собственного капитала; 5) коэффициент постоянного актива; 6) коэффициент обеспеченности собственными средствами; 7) мультипликатор собственного капитала; 8) коэффициент покрытия процентов; 9) коэффициент финансового рычага. |
| Инвестиционная устойчивость: 1) коэффициент инвестиционной активности; 2) коэффициент инвестиций в основной капитал; 3) коэффициент финансовых инвестиций. | Производственная устойчивость: 1) фондоотдача; 2) фондовооруженность; 3) коэффициент использования производственной мощности; 4) коэффициент оборачиваемости запасов; 5) рентабельность производства. |
| 2. Социальная устойчивость: | |
| 1) коэффициент стабильности кадров; 2) коэффициент квалификации персонала; 3) коэффициент обеспечения нормальных условий труда; 4) коэффициент обеспеченности санитарно-бытовыми условиями. | 1) коэффициент отношения средней заработной платы на предприятии к средней заработной плате по отрасли; 2) коэффициент задолженности по заработной плате. |
| 3. Экологическая устойчивость: | |
| 1) коэффициент загрязнения окружающей среды; 2) коэффициент ресурсосберегающих технологий. | 1) коэффициент природоохранных мероприятий; 2) коэффициент природоёмкости; 3) коэффициент экологичности производства. |
| 4. Технологическая устойчивость: | |
| 1) коэффициент износа основных фондов; 2) коэффициент обновления основных фондов; 3) коэффициент инвестиций в НИОКР. | 1) коэффициент прироста основных фондов; 2) рентабельность основных фондов; 3) доля высокотехнологичной продукции в общем объеме производства; 4) доля затрат на НИОКР; 5) рентабельность инвестиций в инновации. |
| 5. Политическая устойчивость: | |
| Внешилополитическая устойчивость: 1) коэффициент иностранного инвестирования; 2) коэффициент внешнеэкономической квоты; 3) коэффициент международных сделок. | Внешилоэкономическая устойчивость: 1) коэффициент экспорта продукции; 2) коэффициент импорта продукции; 3) коэффициент конкурентоспособности продукции на внешних рынках. |
| | Устойчивость к импорту: 1) коэффициент импортозависимости; 2) коэффициент импортопокрытия; 3) коэффициент импортозамещения. |

Рис. 3. Система оценочных показателей устойчивого развития промышленных предприятий (составлено авторами)

Предложенная нами система показателей устойчивого развития позволит оценить результаты деятельности промышленных предприятий, обусловленные воздействием со стороны экзогенных и эндогенных факторов, и выявить проблемы и перспективы развития. Отличительной чертой, предлагаемой нами оценки, является целевой подход, позволяющий оценить устойчивое развитие промышленных предприятий в соответствии с его количественными и качественными характеристиками в каждой из сфер деятельности (экономической, социальной, экологической, технологической и политической). Определение достигнутого уровня устойчивого развития способствует успешному управлению стратегическим развитием промышленных предприятий при условии разработки соответствующей системы показателей. Посредством всестороннего анализа среды деятельности промышленных предприятий, расчета оценочных показателей и описания итогового значения интегрального показателя дается качественная оценка общего уровня устойчивого развития.

Обсуждение

Практическое приложение разработанного механизма управления устойчивым развитием промышленного предприятия предлагаем рассмотреть на примере АО «Объединенная двигателестроительная корпорация» (АО «ОДК») (рис. 4), которая специализируется на разработке, производстве и сервисном обслуживании двигателей для: военной и гражданской авиации; космических программ; гражданского и военно-морского флота; топливно-энергетического комплекса.

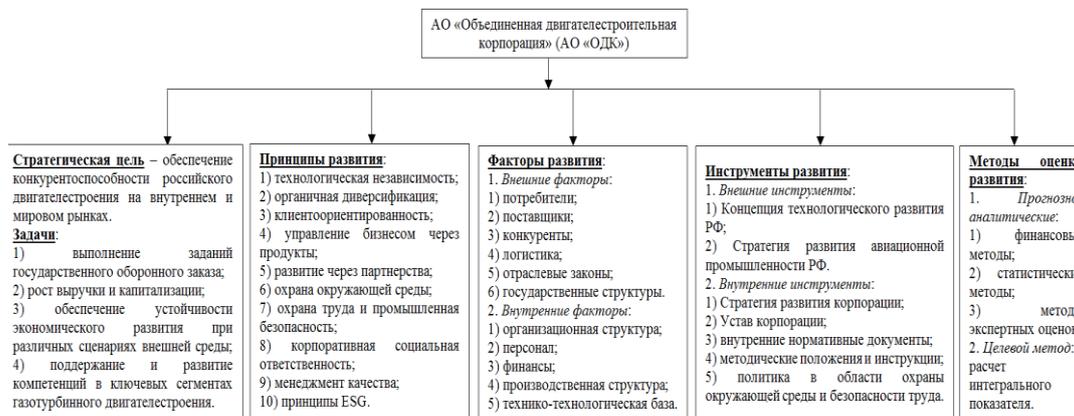


Рис. 4. Механизм управления устойчивым развитием АО «ОДК» (составлено авторами)

АО «ОДК» является интегрированной структурой, включающей четыре подразделения: конструкторские бюро и научные институты; производственные предприятия; производств комплектующих; сервисное обслуживание. Деятельность корпорации является достаточно масштабной и охватывает множество объектов, расположенных в разных городах страны. В своей работе АО «ОДК» руководствуется принципами ESG, применяет современные технологии, использует методы бережливого производства, перенимает мировой и российский опыт в области устойчивого развития. В связи с чем, для эффективного управления деятельностью в этой области разработан механизм устойчивого развития.

Заключение

Подводя итоги проведенного исследования, сделаем следующие выводы. В процессе работы был проведен обзор литературы, посвященный изучению вопросов, касающихся определения и оценки устойчивого развития предприятий. Каждый ученый выражает свои взгляды на исследуемые вопросы. Общность их точек зрения состоит в достижении экономической эффективности, социальной стабильности и экологической безопасности деятельности предприятий. В работе авторами сделан вывод о том, что значимым аспектом эффективного функционирования промышленного предприятия является осуществление деятельности на принципах устойчивого развития, позволяющих ему длительно и стабильно функционировать. Выявленные факторы устойчивого развития позволяют промышленному предприятию оценить степень влияния изменения среды на эффективность его деятельности и определить стратегию, учитывающую перспективы развития. Предложенный авторами целевой подход к оценке устойчивого развития отвечает принципам системного анализа, использует сопоставимые значения показателей.

В рамках целевого подхода необходимо сформировать систему критериев и оценочных показателей в соответствии с целями деятельности предприятия, систематизируя их на количественные и качественные. Применение количественных и качественных показателей устойчивого развития позволяет предприятию провести анализ результатов своей работы, который способствует диагностики устойчивости функционирования всей хозяйствующей системы. После определения составных элементов – целей и задач, принципов, факторов, инструментов и методов оценки можно разработать механизм управления устойчивым развитием промышленных предприятий. Данный механизм позволяет поэтапно оценить внутренние и внешние процессы предприятия, выявить «узкие места» его деятельности, что дает возможность принять эффективные управленческие решения, составить программу оптимизации работы, делать выводы о степени достижения устойчивого развития. В результате авторами был разработан механизм управления устойчивым развитием промышленных предприятий и апробирован на примере АО «Объединенная двигателестроительная корпорация» (АО «ОДК»). Полученные результаты исследования имеют практическую значимость, поскольку могут использоваться на промышленных предприятиях и комплексах, а также в других отраслях экономики для разработки эффективной стратегии устойчивого развития и программы мероприятий по его достижению.

Литература

1. Аганбегян А.Г. ТЭК России – будущее с учетом требований устойчивого развития и геополитической обстановки // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2022. – Т. 236. – № 4. – С. 359-383.
2. Аджаматова Д.С. Устойчивость функционирования предприятия: условия и факторы // Вопросы структуризации экономики, 2006. – № 4. – С. 47-52.
3. Бобылев С.Н. Устойчивое развитие: новое видение будущего? // Вопросы политической экономии, 2020. – № 1. – С. 67-83.
4. Гранберг А.Г. Стратегия и проблемы устойчивого развития России в XXI веке / А.Г. Гранберг, В.И. Данилов-Данильян, М.М. Циканов и др.; под редакцией А.Г. Гранберга. – М.: Экономика, 2002. – 414 с.
5. Данилов-Данильян В.И. Устойчивое развитие (теоретико-методологический анализ) // Экономика и математические методы, 2003. – Т. 39. – № 2. – С. 123-135.
6. Козлова Е.П. Формирование механизма устойчивого развития промышленных предприятий на основе технологической трансформации: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Нижний Новгород, 2019. – 22 с.
7. Колосова Т.В. Обеспечение устойчивого развития предприятия на основе повышения его инновационного потенциала: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. – Нижний Новгород, 2011. – 44 с.
8. Кондаурова Д.С. Совершенствование механизма управления устойчивым развитием промышленного предприятия: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Самара, 2015. – 208 с.
9. Кузнецов С.В. Факторы и инструменты оценки уровня устойчивого развития промышленного предприятия: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Екатеринбург, 2019. – 216 с.
10. Лытнева Н.А. Механизм управления устойчивым развитием промышленных предприятий // Современные технологии управления, 2016. – № 4. – С. 34-44.
11. Мацнева Е.А. Устойчивое развитие промышленного предприятия: понятие и критерии оценки / Е.А. Мацнева, Е.Р. Магарил // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – № 5. – С. 25-33.
12. Мельник Т.Е. Методика комплексной оценки экономической устойчивости промышленных предприятий / Т.Е. Мельник, Д.Е. Ломакин, Л.В. Зимина // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 4. – С. 155-162.
13. Микитась М.А. Механизм влияния организационного потенциала на устойчивое развитие промышленного предприятия: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – СПб., 2013. – 25 с.
14. О Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию – Указ Президента Российской Федерации от 01.04.1996 г. № 440 // Президент России. 09.03.2024. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/9120>.
15. Орехова С.В. Устойчивое развитие металлургических предприятий и институциональные вызовы / С.В. Орехова, И.А. Бутаков // Уфимский гуманитарный научный форум. – 2022. – № 1. – С. 93–98.
16. Пищулина Е.С. Моделирование процесса управления факторами, определяющими экономическую устойчивость, в современных условиях развития экономики / Е.С. Пищулина, Т.А. Худякова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2017. – Т. 11. – № 2. – С. 129–134.
17. Розенберг Г.С. Мифы и реальность «устойчивого развития» / Г.С. Розенберг, С.А. Черникова, Г.П. Краснощеков, Ю.М. Крылов // Проблемы прогнозирования. – 2000. – № 2. – С. 130-154.
18. Светульников С.Г. Подход к оценке устойчивого развития промышленного предприятия / С.Г. Светульников, В.П. Смолькин // Актуальные проблемы экономики и права. – 2014. – № 2. – С. 89-94.
19. Тарасова Н.П. Индексы и индикаторы устойчивого развития / Н.П. Тарасова, Е.Б. Кручина // Устойчивое развитие: Природа-Общество-Человек. – 2006. – Т. 2. – С. 127-144.
20. Тополева Т.Н. Исследование принципов и факторов устойчивого развития промышленного предприятия // Вестник НГИЭИ. – 2018. – № 6. – С. 85-96.
21. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент: Учебник для вузов. 4-е изд. / Р.А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2003. – 491 с.
22. Хомяченкова Н.А. Механизм интегральной оценки устойчивости развития промышленных предприятий: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – М., 2011. – 22 с.

23. Генеральная Ассамблея ООН (2015b). Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 г. A/RES/70/1. 05.03.2024. [Электронный ресурс]. URL: http://gretere.mii.gov.ru/sites/default/files/materials/1_00_%D0%9E%D0%9E%D0%9D_2030_%D0%9F%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0.pdf.

24. Урсул А.Д., Романович А.Л. Безопасность через устойчивое развитие. 07.03.2024. [Электронный ресурс]. URL: <http://spkurdyumov.ru/economy/bezopasnost-cherez-ustojchivoe-razvitie/>.

25. Meadows D.H. The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind / D.H. Meadows, J. Randers, D.L. Meadows, W.W. Behrens. – New York: Universe Books, 1972. – V. 1. – P. 211.

26. Peccei A. The human quality / A. Peccei. – Oxford, N.Y.: Pergamon Press, 1977. – P. 214.

УДК 330.1

Э.С. Торосян, М.А. Дубинина, А.Г. Путырский

**ВЕРБАЛЬНО-ГРАФИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ ВУЗА**

E.S. Torosyan, M.A. Dubinina, A.G. Putyrskij

**VERBAL AND GRAPHICAL APPROACHES TO THE MANAGEMENT
OF INTELLECTUAL PROPERTY OF THE UNIVERSITY**

Ключевые слова: вербально-графические схемы, интеллектуальная собственность, инновационная деятельность, отечественные вузы, промышленные образцы, патентное право, экспериментальные образцы, комплексная защита, отечественные компании, потенциальные партнеры, престижность вуза, научно-технологический потенциал, стратегическое направление, инновационный менеджмент.

Keywords: verbal and graphic schemes, intellectual property, innovative activity, domestic universities, industrial designs, patent law, experimental designs, comprehensive protection, domestic companies, potential partners, prestige of the university, scientific and technological potential, strategic direction, innovative management.

Цель: исследовать теоретические и методические представления об интеллектуальной собственности отечественных вузов, рассмотреть методы эффективной защиты интеллектуальной собственности. Обсуждение: представлены вербально-графические модели инновационной деятельности вуза. Безопасность вузовской интеллектуальной собственности имеет ключевое значение для обеспечения превосходства отечественной науки. Благодаря вышеперечисленным методам вузы могут защищать ценные активы интеллектуальной собственности и использовать их для стимулирования экономического роста в системе высшего образования. Результаты: выявлены основные направления корректировки методической базы для оценки объектов интеллектуальной собственности; охарактеризованы ключевые векторы защиты интеллектуальной собственности вуза; Уточнены теоретико-методические лакуны в комплексном управлении интеллектуальной собственностью высшей школы; предложен авторский подход к управлению ею. Сравнительный обзор профильной литературы позволил минимизировать количество теоретико-методических лагун в сфере менеджмента интеллектуальной собственности вуза, уточнить разновидности инновационно-ориентированных НИР, диагностировать проблемы развития ИС высшей школы, абрисно намечая пути их решения.

Purpose: to explore theoretical and methodological ideas about the intellectual property of domestic universities, to consider methods of effective protection of intellectual property. Discussion: verbal and graphical models of university innovation activity are presented. The security of university intellectual property is of key importance to ensure the superiority of domestic science. Thanks to the above methods, universities can protect valuable intellectual property assets and use them to stimulate economic growth in the higher education system. Results: the main directions of correction of the methodological base for the assessment of intellectual property objects are identified; the key vectors of intellectual property protection of the university are characterized; theoretical and methodological gaps in the integrated management of intellectual property of higher education are clarified; the author's approach to its management is proposed. A comparative review of the relevant literature made it possible to minimize the number of theoretical and methodological gaps in the field of intellectual property management of the university, clarify the types of innovation-oriented research, diagnose the problems of IP development of higher education, outlining ways to solve them.

Электронный адрес: torosyan_e@inbox.ru dubinina.m.a.kfrea@mail.ru, putal52@mail.ru

Введение

Интеллектуальная собственность вуза представляет собой совокупность охраняемых результатов интеллектуальной деятельности, созданных в процессе научно-исследовательской, образовательной и инновационной работы. В настоящее время все больше внимания уделяется вопросу управления интеллектуальной собственностью, вузы стремятся разработать действенную HR-систему, направленную на повышение уровня охраны и защиты ИС [5].

Методы

Вопросам изучения теоретико-методических представлений об управлении интеллектуальной собственностью вуза на этапе экономических ограничений в отечественной литературе уделяется много внимания. Инновационный подход к исследованию интеллектуальной собственности вуза предложен в трудах следующих авторов: Леонтьева Б.Б., Олеснюк Ю.С., Золотаревой О.А., Сундуковой Г.М. Колесниковой Ю.С. и Ситдиковой Р.И. [1,8,9,5]. Все они широко использовали следующие методы научного познания: мониторинг и диагностику, дедукцию и индукцию, табличный метод, сравнение, описание, ретроспективный подход, монографический подход, синтез, наблюдение, вербально-графическое моделирование, когнитивный подход и др..

Результаты

По мнению Сундуковой Г.М., интеллектуальный капитал относится к наиболее новейшим и сложным формам капитала. В отечественных вузах интеллектуальная собственность определяет тенденции экономического роста и формирует существенную часть затрат. В условиях санкционных ограничений перед вузами стоит ключевая задача – оптимизировать учебную, научно-исследовательскую, воспитательную деятельность [9]. Так, инновационный взгляд к управлению интеллектуальной собственностью заключается в том, что формировать, воспроизводить и развивать ИС необходимо, основываясь на процессном и стратегическом подходах. Представляется уместным в контексте презентации процессного подхода использовать профильную вербально-графическую модель задач и функций современного отечественного вуза. Для этого обратимся к рис. 1 [9]. Нам представляется особенно интересной позиция Аржанухина С.В. и Макович Г.В., согласно которым интеллектуальная собственность вуза отражает престижность и развитость высшего учебного заведения. Так, интеллектуальная собственность вуза выражена в [2]:

- учебно-методических материалах (учебные пособия, лекции, рабочие программы дисциплин и т.д.);
- объектах патентного права (изобретения, роботы, промышленные образцы, полезные модели);
- объектах с коммерческой тайной (результаты опытов, документационные протоколы, методики и разработки плана учебного процесса и работы внеучебной деятельности со студентами).



Рис. 1. Задачи и функции современного отечественного вуза (составлено по [9])

В контексте заявленной цели исследования рассмотрим вербально-графическую модель, составленную на основе научного задела Шибзуховой Л.А., Токмаковой Р.А. и Шибзуховым Т.А. на тему разновидностей инновационной деятельности в вузе (рис. 2) [10].



Рис. 2. Разновидности инновационно-ориентированных НИР [10]

В рамках заявленной модели рассмотрим подробнее векторы создания интеллектуальной собственности в вузе:

- поддержка инновационных исследований и разработок, которые сохраняют создание патентов, товарных знаков и других форм ИС;
- содействие сотрудничеству с лидерами отечественных компаний;
- создание экономических механизмов для обмена знаниями и практиками;
- исследование возможности дальнейшего внедрения технологий и разработок вуза в компаниях для совместных лицензий и коммерциализации;
- оценка результатов инициатив по созданию интеллектуальной собственности, включая количество поданных патентов, заключенных соглашений и получения доходов;
- оценка эффективности стратегий вуза и внесение корректировок в план разработки его интеллектуальной собственности.

Обсуждение

Большинству отечественных вузов приходится сталкиваться с проблемой расширения интеллектуального потенциала в новых реалиях. Так, Олесюк Ю.С. и Золотарева О.А. рассматривают охрану результатов интеллектуальной деятельности в вузах как ключевую задачу, стоящую перед учебным заведением [8]. Особенно остро выражена проблема комплексной защиты объектов интеллектуальной собственности в системе высшего образования. Проиллюстрируем на рис. 3 методы эффективной защиты ИС вуза.

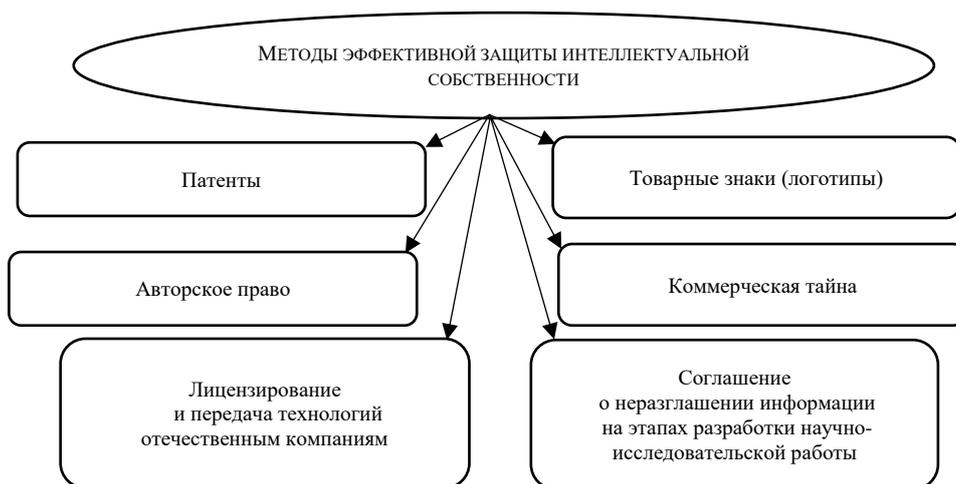


Рис. 3. Методы эффективной защиты интеллектуальной собственности вуза (визуализация авторов)

Реализация данных методик поможет отечественным вузам повысить качество образовательного процесса и защиты уникальных разработок [8]. Безопасность вузовской интеллектуальной собственности имеет ключевое значение для обеспечения превосходства отечественной науки. Благодаря вышеперечисленным методам вузы могут защищать ценные активы интеллектуальной собственности и использовать их для стимулирования экономического роста в системе высшего образования. Для уточнения ряда теоретико-методических аспектов управления интеллектуальной собственностью вуза обратимся к Ковельскому В.В. и Тюкавкину Н.М.. Авторы описывают эффективную систему управления интеллектуальной собственностью, которая дает вузу ряд важных преимуществ (рис. 4) [5].

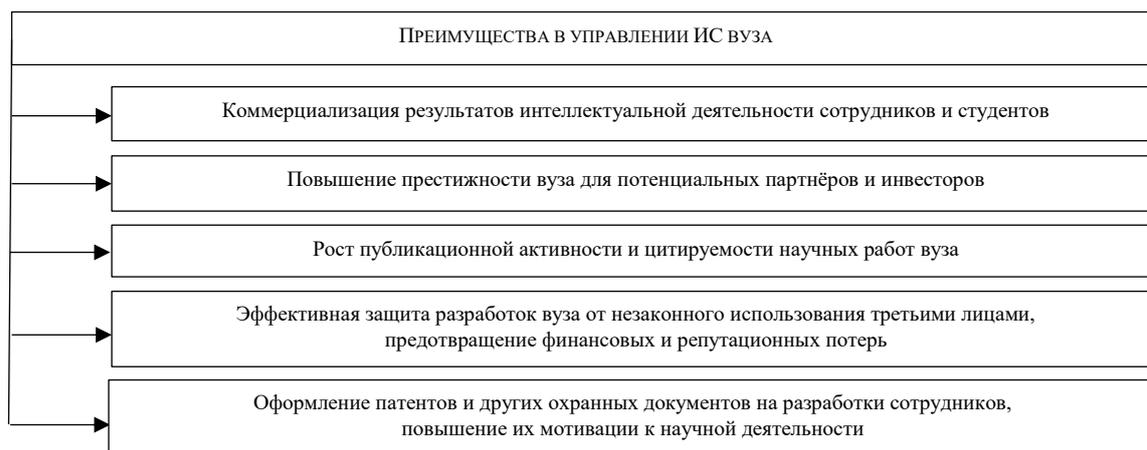


Рис. 4. Преимущества в управлении интеллектуальной собственностью вуза [5]

Согласно рис. 4, управление интеллектуальной собственностью служит важным стратегическим направлением и экономическим рычагом в деятельности вуза, открывающим новые возможности для повышения его конкурентоспособности.

В профильной литературе достаточно часто обсуждается стоимостная оценка объектов интеллектуальной собственности в вузах. Вот почему мы предлагаем формализовать когнитивную модель стоимостной оценки объектов интеллектуальной собственности, акцентируя внимание на ее основных направлениях (рис. 5).

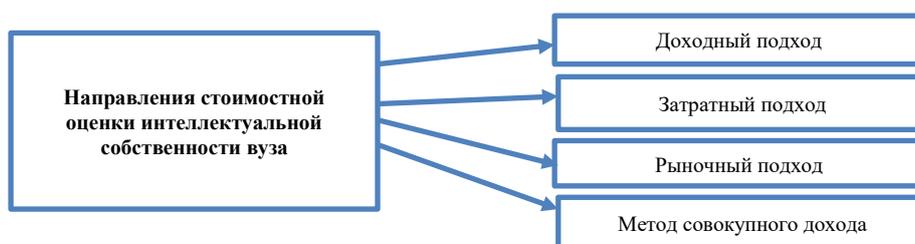


Рис. 5. Направления стоимостной оценки интеллектуальной собственности вуза

Считаем, что именно корректировка методической платформы для учета стоимости вузовской интеллектуальной собственности помогает отечественной высшей школе принимать обоснованные решения в отношении управления инновационной деятельностью.

Заключение

Так, системный подход к управлению интеллектуальной собственностью позволяет вузу эффективно развивать и защищать НИР, предотвращая проблемы финансового характера. Вместе с тем управление интеллектуальной собственностью позволяет вузу извлекать экономические выгоды из результатов интеллектуальной деятельности, повышая собственную инновационную активность. Таким образом, сравнительный обзор профильной литературы позволил минимизировать количество теоретико-методических лагун в сфере менеджмента интеллектуальной собственности вуза, уточнить разновидности инновационно-ориентированных НИР, диагностировать проблемы развития ИС высшей школы, абрисно намечая пути их решения.

Литература

1. Андрейчиков А.В., Ю.С. Исаенко Понятие и структура интеллектуального капитала высшего учебного заведения / А.В. Андрейчиков, Ю.С. Исаенко // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. Экология, 2010. – № 2. – С. 112-116.
2. Аржанухин С.В., Макович Г.В. Модели поведения стейкхолдеров университета в процессе цифровой трансформации интеллектуального капитала вуза / С.В. Аржанухин, Г.В. Макович // Human Progress, 2021. – № 3. – С. 1-16.
3. Грудцына Л.Ю. К вопросу об управлении интеллектуальной собственностью на корпоративном уровне // Образование и право, 2022. – № 8. – С. 178-183.
4. Ковельский В.В., Тюкавкин Н.М. Интеллектуальный капитал вуза в условиях трансформации рынка инноваций / В.В. Ковельский, Н.М. Тюкавкин // Вестник Самарского университета. Экономика и управление, 2022. – № 4. – С. 106-115.
5. Колесникова Ю.С., Ситдикова Р.И., Старостина Е.С., Ситдилов Р.Б. Управление интеллектуальной собственностью классического вуза / Ю.С. Колесникова, Р.И. Ситдикова, Е.С. Старостина, Р.Б. Ситдилов // Вестник экономики, права и социологии, 2022. – №3. – С. 11-14.
6. Леонтьев Б.Б. Управление правами интеллектуальной собственности // Мониторинг правоприменения, 2022. – № 3. – С. 44-58.
7. Оборский А.Ю. Оценка интеллектуального капитала российских вузов и научных учреждений / А.Ю. Оборский, А.Н. Амерсланова // Учет. Анализ. Аудит, 2019. – № 5. – С. 80-87.
8. Олеснюк Ю.С., Золотарева О.А. Интеллектуальный капитал как актив университета / Ю.С. Олеснюк, О.А. Золотарева // Экономика и банки, 2023. – № 1. – С. 13-22.
9. Сундукова Г.М. Инновационный подход к управлению интеллектуальным капиталом вуза // Управление, 2017. – № 1. – С. 80-87.
10. Шибзухова Л.А., Токмакова Р.А., Шибзухов Т.А. Основные критерии оценки эффективности инновационной деятельности вуза / Л.А. Шибзухова, Р.А. Токмакова, Т.А. Шибзухов // Вестник науки, 2024. – № 2. – С. 145-149.
11. European Wind Energy Association, Forum for Energy and Development, and Greenpeace International [Электронный ресурс]. URL: <http://www.greenpeace.org.au>.
12. Roos J., Pike S., Fernstrom L. Management intellectual capital in practice // Saint Petersburg: Vysshaya shkola menedzhmenta; ID SPb un-ta, 2007.

НАУЧНЫЕ СООБЩЕНИЯ

УДК 331

Г.И. Паламарчук, Г.Г. Вукович, Н.А. Кольцова, А.В. Островская
**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ
HR-ПРОЦЕССЫ НА ПЛАТФОРМЕ МАСШТАБНОЙ
ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

G.I. Palamarchuk, G.G. Vukovich, N.A. Kol'cova, A.V. Ostrovskaya
**STRATEGIC TRENDS DEFINING HR PROCESSES
ON A LARGE-SCALE DIGITAL TRANSFORMATION PLATFORM**

Ключевые слова: HR-технологии, digital-решения, инновации, цифровая трансформация, управление персоналом, адаптация персонала, HR-стратегия, управление организацией.

Keywords: HR technologies, digital solutions, innovations, digital transformation, personnel management, personnel adaptation, HR strategy, organization management.

Цель: обсудить комплекс вопросов по использованию технологий в управлении организацией и персоналом, предоставить опыт внедрения различных платформ и решений для управления HR-процессами и HR-аналитикой. Обсуждение: специалисты представили свои кейсы, Специалисты предоставили свои кейсы об автоматизации и оптимизации HR-проектов, а также о внедрении цифровых технологий для выполнения стратегических и операционных задач в управлении персоналом. Спикеры рассматривали инновационные и эффективные digital-решения, делились практическими рекомендациями по выбору наиболее оптимальных инструментов для осуществления управленческой деятельности. Результаты: определена значимость автоматизации управленческих процессов, участники конференции получили теоретические и практические знания о преимуществах применения современных технологий в жизненном цикле сотрудника: подбор, обучении, адаптация. Участники форума обменялись опытом и инсайтами, познакомились с коллегами в области управления персоналом из компаний различных сфер.

Purpose: to discuss a range of issues on the use of technology in the management of the organization and personnel, to provide experience in the implementation of various platforms and solutions for the management of HR processes and HR analytics. Discussion: specialists presented their cases, Specialists provided their cases on automation and optimization of HR projects, as well as on the introduction of digital technologies to fulfill strategic and operational tasks in personnel management. The speakers considered innovative and effective digital solutions, shared practical recommendations on choosing the most optimal tools for management activities. Results: the importance of automation of management processes was determined, the conference participants received theoretical and practical knowledge about the advantages of using modern technologies in the employee's life cycle: recruitment, training, adaptation. The forum participants exchanged experiences and insights, met with colleagues in the field of personnel management from companies in various fields.

Электронный адрес: kaf224@yandex.ru

XII форум по цифровой трансформации HR «HR TECH FORUM & AWARD 2024» прошел 6 июня 2024 г. в Москве. HR Tech Forum 2024 – ключевое событие в области HR-технологий, обобщающее опыт масштабной цифровизации организаций, продолжающей разворачиваться в 2024 году. Своими кейсами поделятся HR-директора, менеджеры и эксперты крупнейших российских и международных компаний в различных областях бизнеса. Конференция является площадкой для встреч вице-президентов по управлению персоналом, HR-директоров, руководителей отделов, HR-аналитиков, а также вендоров, представителей

стартапов, которые предлагают современные высокопроизводительные технологии для развития отечественного бизнеса. Среди основных тем обсуждений:

- Data Science, аналитика и Big Data для принятия управленческих решений: предписывающая и предиктивная аналитика в HR-процессах;
- рынок HR-tech решений: каким образом он удовлетворяет потребности крупных компаний на рынке;
- ценность HR-аналитики для улучшения качества управленческих решений в сфере управления персоналом;
- внедрение ИИ, как ИИ меняет бизнес-процессы российских компаний;
- автоматизация и искусственный интеллект для оптимизации HR-процессов.



На Форуме «HR-TECH 2024» обсуждались тренды и актуальные процессы, которые происходят сегодня в экономической и бизнес-среде под воздействием развития современных технологий, формирования новых специальностей, новых типов компаний и команд. Спикеры, опираясь на личный опыт и опыт организаций, в которых они занимают должности управленцев, объяснили влияние цифровых и роботизированных технологий на бизнес-процессы.



Использование высокотехнологичных разработок позволяет решать различные задачи в области управления персоналом, например, автоматизация процессов подбора персонала, прогнозирование изменений, анализ данных в реальном времени, оптимизация процесса адаптации. Подбор персонала – важнейшее направление в управлении персоналом. Автоматизация этого процесса упрощает и ускоряет процесс найма, что позволяет рекрутерам сосредоточиться на других важных стратегических задачах. Спикеры в своих выступлениях отмечали, что анализ данных в реальном времени позволит моментально реагировать на изменения на рынке и выявлять тренды. В первой сессии спикеры обсуждали преимущества предиктивной аналитики в HR-процессах. Предиктивная аналитика дает новые возможности для развития бизнеса. Применяется с целью «предотвратить, предсказать, выявить» явления, которые носят скрытый характер.

В практике использование предиктивной аналитики поможет предсказать кто из сотрудников собирается покинуть компанию, кому требуется поднять заработную плату и как проявят свой потенциал новые сотрудники. Этот инструмент управления персоналом позволит подробно проанализировать работу организации, тем самым повысить эффективность и производительность.



В следующей сессии спикеры выступали с кейсами об автоматизации и использовании искусственного интеллекта для оптимизации HR-процессов. Новые условия использования сети позволяют расширить функциональность инструментов на основе ИИ. На данный момент существует ряд задач, которые реализованы в виде конкретных решений ИИ. Отбор подходящих резюме, автоматизация поиска кандидатов на интернет-ресурсах с вакансиями, автоматизация сбора и структурирования данных о кандидатах.

Представители компаний в своих работах акцентировали внимание на важности HR-аналитики для повышения эффективности работы персонала. Анализируя и систематизируя данные об уровне удовлетворенности сотрудников, специалисты по управлению персоналом смогут выявить потенциальные возможности для увеличения вовлеченности сотрудников в работу, что, в свою очередь, приведет к повышению общей производительности, а также позволит снизить уровень текучести персонала. Использование HR-аналитики дает возможность принимать обоснованные решения, основанные на фактических данных, об управлении человеческими ресурсами, процессах привлечения

талантов и развитии сотрудников. Это способствует эффективному и результативному процессу управления персоналом, что значительно повысит уровень успешности организации в долгосрочной перспективе.



По итогам конференции спикеры познакомились с новаторскими решениями лидеров рынка, коллег и партнеров, изучили лучшие практики, получили новые деловые контакты в HR-сообществе. Летняя сессия позволяет создать актуальную картину того, что происходит сейчас в бизнес-сфере. Это отличная возможность обменяться опытом, поделиться результатами использования современных технологий в управлении человеческим капиталом, а также завести полезные связи для сотрудничества.

Литература

1. XII Форум по цифровой трансформации HR «HR TECH FORUM & AWARD 2024» [Электронный адрес]. URL: <https://hrsummit.ru/hrtechforum#rec41332248>.
2. Мероприятия для вашего профессионального развития [Электронный адрес]. URL: <https://lbglobal.com/ru/hr/nov-meeting-2019/8-sljajder/1829-hrsummit2020>.
3. Что такое HR-аналитика [Электронный адрес]. URL: <https://huntflow.ru/blog/what-is-hr-analytics/>.

УДК 331

Г.И. Паламарчук, Г.Г. Вукович, А.В. Островская, Н.А. Кольцова
**ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ МОДЕРНИЗАЦИИ
ПЕРСОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ HR-ПОВЕСТКИ**

G.I. Palamarchuk, G.G. Vukovich, A.V. Ostrovskaya, N.A. Kol'cova
**INNOVATIVE STRATEGIES FOR THE MODERNIZATION
OF PERSONAL MANAGEMENT: PROBLEMS
AND PROSPECTS OF THE HR AGENDA**

Ключевые слова: управление персоналом, HR-сфера, HR-конференция, инновационные стратегии, исследовательские кейсы, отраслевые лидеры, HR-специалисты, корпоративная культура, HR-стратегии, оптимизация HR-деятельности, цифровизация.

Keywords: personnel management, HR sphere, HR conference, innovative strategies, research cases, industry leaders, HR specialists, corporate culture, HR strategies, optimization of HR activities, digitalization.

Цель: рассмотреть управление персоналом на основе инновационных подходов в условиях новых вызовов. Обсуждение: в статье представлены передовой опыт и успешные исследовательские кейсы ведущих отечественных организаций, а также современные тренды развития HR-сферы в 2024 году; предложены цифровые решения внедрения искусственного интеллекта и облачных технологий в HR-менеджмент. Результаты: ведущие специалисты обменялись передовым опытом и стратегиями HR-развития компаний; участниками конференции были рассмотрены технологии и методики, направленные на повышение профессиональных навыков, знаний и компетенций; рассмотрена система автоматизации и управления кадровыми документами и процессами использования IT-технологий в условиях цифровизации. Участники конференции готовы были обмениваться контактами для будущего сотрудничества и дальше обмениваться опытом для повышения конкурентоспособности рынка труда.

Purpose: to consider personnel management based on innovative approaches in the face of new challenges. Discussion: the article presents the best practices and successful research cases of leading domestic organizations, as well as current trends in the development of the HR sector in 2024; digital solutions for the introduction of artificial intelligence and cloud technologies in HR management are proposed. Results: leading specialists exchanged best practices and strategies for HR development of companies; The conference participants reviewed technologies and techniques aimed at improving professional skills, knowledge and competencies; the system of automation and management of personnel documents and processes of using IT technologies in the context of digitalization was considered. The conference participants were ready to exchange contacts for future cooperation and further exchange experiences to improve the competitiveness of the labor market.

Электронный адрес: kaf224@yandex.ru

HR-конференция «Управление персоналом в России 2024» прошла в рамках форума «Управление бизнесом в России 2024» 5 сентября 2024 г. в отеле Хаятт Ридженси – Петровский Парк г. Москва. HR-конференция – это значимое мероприятие, объединяющее профессионалов, экспертов и практиков в области управления персоналом для обмена опытом и изучения новых тенденций развития HR-сферы. HR-конференция «Управление персоналом в России 2024» дает возможность участникам узнать о передовом опыте, инновационных стратегиях и успешных исследовательский кейсах других организаций. Тематика сессий:

– стратегии и эффективное управление – образовательная сессия включает семинары и программные выступления ведущих отраслевых лидеров и экспертов;

– страхование персонала – кейс для защиты персонала от финансовых рисков, связанных с непредвиденными событиями, это важная составляющая социального пакета организации любой отрасли, призванная поддержать сотрудников;



– цифровизация в HR – рассмотрены факторы, влияющие на внедрение и использование HR-технологий, в особую группу выделены цифровизация человека, цифровизация рабочей деятельности и цифровизация HR-процессов;

– аспекты оптимизации деятельности – усовершенствование организационной структуры, устранение противоречий во внутрикорпоративных отношениях, повышение прозрачности и эффективности в рабочих отношениях.



Основная тема конференции – система корпоративного обучения. Участниками конференции были рассмотрены технологии и методики, направленные на повышение профессиональных навыков, знаний и компетенций; описаны элементы корпоративного

обучения: оценка потребностей персонала, разработка образовательной стратегии (определение методов, стандартов и форматов), планирование проведения образовательных мероприятий в HR-сфере, обратная связь от участников конференции (круглый стол).



Трансформация подходов к оценке персонала: на конференции обсуждены современные тенденции и вызовы, с которыми сталкиваются ведущие отечественные организации в динамичной и меняющейся рабочей среде; предложенные изменения были направлены на создание гибких, инновационных и эффективных моделей управления персоналом, способных адаптироваться к санкционным флуктуациям.



Кадровый электронный документооборот: рассмотрена система автоматизации и управления кадровыми документами и процессами использования IT-технологий в условиях цифровизации; внедрение стратегий поможет компаниям мотивировать высококвалифицированные кадры, адаптировать стратегии изменений на рынке труда.

Нематериальные способы мотивации сотрудников: роль в обеспечении удовлетворенности и вовлеченности персонала; нематериальные способы мотивации могут помочь создать благоприятную рабочую атмосферу, повысить уровень удовлетворенности сотрудников.

Литература

1. Управление персоналом в России 2024 [Электронный адрес]. URL: <https://cgconferences.com/hr-management-in-russia-2024>.
2. Ехропар «Управление персоналом в России 2024 – конференция» [Электронный адрес]. URL: <https://exromar.ru/conference/upravlenie-personalom-v-rossii/>.
3. Ключевые тренды в управлении персоналом на 2024 год [Электронный адрес]. URL: <https://happy-job.ru/hr-blog/trendy-upravleniya-personalom-2024/>.

УДК 331

А.Г. Путырский, Г.Г. Вукович, А.В. Островская, К.С. Савина
**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ
КАК УСЛОВИЕ HR-ТРАНСФОРМАЦИЙ
ОТЕЧЕСТВЕННОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ**

A.G. Putyrskij, G.G. Vukovich, A.V. Ostrovskaya, K.S. Savina
**INCREASING THE EFFECTIVENESS OF COMMUNICATIONS
AS A CONDITION OF HR TRANSFORMATIONS
IN THE DOMESTIC BUSINESS ENVIRONMENT**

Ключевые слова: управление персоналом, эффективные коммуникации, HR-форум, коммуникативные навыки, внутренние коммуникации, бизнес-арена, катализаторы бизнеса, вовлеченность персонала.

Keywords: personnel management, effective communications, HR forum, communication skills, internal communications, business arena, business catalysts, staff engagement.

Цель: изучить HR-инструменты, методы и подходы к развитию эффективных коммуникативных навыков для достижения бизнес-целей компаний из разных отраслей производства. Обсуждение: в статье рассмотрены ключевые вопросы, связанные с катализаторами бизнеса, модернизацией коммуникативной опоры, объединением разных поколений и локацией сотрудников, удержанием персонала за счет эффективных внутренних коммуникаций; были проведены дискуссии по тематике форума, а также раскрыты уникальные кейсы и мастер-классы. Результаты: были выявлены потребности многих компаний в поддержке хороших внутренних коммуникаций, для обеспечения эффективности работы коллектива и способствованию развитию бизнеса в целом. Участники конференции получили передовой опыт от ведущих менеджеров и генеральных директоров крупных отечественных компаний, полезные связи и ответы на актуальные вопросы от специалистов HR-сферы.

Purpose: to study HR tools, methods and approaches to the development of effective communication skills to achieve business goals of companies from different industries. Discussion: the article discusses key issues related to business catalysts, modernization of communication support, bringing together different generations and location of employees, staff retention through effective internal communications; discussions were held on the topic of the forum, as well as unique cases and master classes were revealed. Results: the needs of many companies in supporting good internal communications were identified to ensure the effectiveness of the team and contribute to the development of the business as a whole. The conference participants received best practices from leading managers and CEOs of large domestic companies, useful contacts and answers to topical questions from HR specialists.

Электронный адрес: kaf224@yandex.ru

VIII Всероссийский Форум по развитию внутренних коммуникаций «Internal communications force 2024» прошел с 23 по 24 мая 2024 г. в г. Москва.

Форум предполагает коммуникации в HR-сфере и встречу ведущих специалистов на бизнес-арене с практиками и менеджерами малого бизнеса. Такая площадка как Форум «Internal communications force 2024» позволяет обмениваться опытом и успешными кейсами, предоставляет возможность дискуссий и улучшения коммуникаций в современных реалиях.

Более 120 спикеров присутствовало на конференции – ведущие менеджеры, директора и руководители крупных компаний и партнеров конференции: Яндекс, VK, Магнит, Почта России, Банк ВТБ, ГК АВТОВАЗ, Московский метрополитен и др..



Тематика сессий:

– «как сделать внутренние коммуникации опорой и катализатором бизнеса?» – эксперты порекомендовали начинающим менеджерам обеспечить открытость и прозрачность внутри компании, чтобы обмениваться информацией свободно, использовать эффективные средства коммуникации и стимулировать обратную связь сотрудников для улучшения процессов и решения проблем;



– «как модернизировать внутренние коммуникации для реализации бизнес-задач?» – Анастасия Сальникова, руководитель департамента внутренних коммуникаций «Почта России» выступила на тему развития корпоративных комьюнити, вовлечения в них сотрудников, а также рассказала о корпоративном волонтерстве как способе вовлечения работников в самостоятельную реализацию социальных проектов;



– новые приемы для роста вовлеченности персонала – Алена Кольцова, руководитель направления Управление корпоративных коммуникаций «Зарубежнефть» рассмотрела гибкие формы работы, цифровые платформы для обратной связи, обучение и развития персонала и рассказала про успешные системы менторства и коучинга;

– «как правильно измерять эффективность внутренних коммуникаций с привязкой к бизнес-показателям?» – Мария Гусева, заместитель директора по внутренним коммуникациям и корпоративной культуре «VK» рассказала об использовании ключевых показателей производительности (KPI), о различных методах для сбора данных и как улучшить стратегию коммуникаций для достижения поставленных целей компании;

– «управление каналами и информацией внутренних коммуникаций для роста вовлеченности» – как пробиться сквозь информационных шум в 2024 году и достигаться до менеджеров с внедрением системы поощрения и признания достижений сотрудников, что способствует вовлеченности и мотивации персонала в разных отраслях.



Результаты конференции: были выявлены потребности отечественных компаний в поддержке внутренних коммуникаций для обеспечения эффективности работы коллектива и развитию бизнеса в целом. Участники конференции получили HR-рекомендации ведущих менеджеров и генеральных директоров крупных отечественных компаний, полезные связи и ответы на актуальные вопросы от специалистов HR-сферы.

Литература

1. HRbazaar [Электронный адрес]. URL: <https://hrbazaar.ru/events/viii-vserossiyskij-forum-po-razvitiyu-vnutrennih-kommunikacij-internal-communications-force-2024/>.

2. Auditorium Conference Group [Электронный адрес]. URL: https://auditorium-cg.ru/icf24?utm_source=allevents&utm_medium=allevents&utm_campaign=allevents.

3. VIII Всероссийский Форум по развитию внутренних коммуникаций «INTERNAL COMMUNICATIONS FORCE 2024» [Электронный адрес]. URL: https://allevents.ru/events/viii_vserossiyskiy_forum_po_razvitiyu_vnutrennikh_kommunikatsiy_internal_communications_force_2024/.

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

УДК 339.138

Н.К. Кремлев, И.В. Яхнеева

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ НА ОСНОВЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГА

N.K. Kremlev, I.V. Yakhneeva

DEVELOPING METHODS OF INTERACTION WITH CONSUMERS IN THE BASIS OF A NEUROMARKETING APPROACH

Ключевые слова: нейромаркетинг, нейротехнологии, потребители, инструменты маркетинга, поведение потребителей, продвижение, клиенты, цена.

Keywords: neuromarketing, neurotechnologies, consumers, marketing tools, consumer behavior, promotion, clients, price.

Цель: определение наиболее эффективных методов взаимодействия с потребителями при реализации функциональных маркетинговых стратегий. Обсуждение: в статье обобщаются теоретические и эмпирические результаты исследований применения технологий нейромаркетинга для принятия решений, основанных на поведенческих реакциях потребителей. Поскольку людям трудно спрогнозировать свои будущие действия и предпочтения, нейромаркетинг предлагает альтернативные способы наблюдения за тем, когда новый продукт вызывает положительный отклик у потребителей, а когда не принимается целевой аудиторией. Результаты: исследование подтвердило гипотезу о преимущественном распространении приемов, направленных на управление продуктом, брендом и коммуникациями. Статья может быть полезна представителям бизнеса, некоммерческих организаций, специалистам по маркетингу, которые интересуются новыми способами и инструментами достижения целей в управлении маркетингом при меньших затратах.

Purpose: determining the most effective methods of interaction with consumers when implementing functional marketing strategies. Discussion: The article summarizes the theoretical and empirical results of studies on the use of neuromarketing technologies for decision making based on consumer behavioral responses. Because people have difficulty predicting their future actions and preferences, neuromarketing offers alternative ways to monitor when a new product resonates with consumers and when it is not accepted by its target audience. Results: the study confirmed the hypothesis about the predominant spread of techniques aimed at managing the product, brand and communications. The article may be useful to business representatives, non-profit organizations, and marketing specialists who are interested in new ways and tools to achieve goals in marketing management at lower costs.

Электронный адрес: nikta.kremlev@mail.ru, rinadoo@yahoo.com

Введение

Проблемы практического применения нейроисследований достаточно активно обсуждаются в теории и практике маркетинга в течение последних десятилетий. К 2010 году в мире существовало около 90 частных нейролабораторий, обслуживающих прикладные исследования по потребительскому поведению [21]. Применение методов нейромаркетинга рассматривается в контексте нескольких технологических подходов к изучению потребителей:

- получение данных сканирования мозга и их маркетинговый анализ;
- получение данных с помощью отдельных технологий (биометрия, айтрекинг электроэнцефалограмма, гальваническая реакция кожи);
- взаимодействие с потребителями через органы чувств.

Р. Дули отмечает, что независимо от используемой технологии, в основе нейромаркетинга находится понимание механизмов работы мозга и использование этих знаний в сфере маркетинга. В широком смысле нейромаркетинг охватывает исследование поведения потребителей и основанные на нем стратегии. При этом, помимо выявления общих тенденций в реакциях потребителей, нейромаркетинг может быть полезен, когда речь идет об изучении неявных ассоциаций [12]. В научной литературе практические аспекты применения нейротехнологий в маркетинге рассматриваются по нескольким основным направлениям. К первому направлению следует отнести изучение цикла проведения нейромаркетинговых исследований и его отдельных этапов [14]: определение цели исследования; формулировка гипотезы, определение индикаторов измерения воздействия стимулов; формирование набора стимулов, используемых для проведения исследования, аудиовизуальных (видео), когнитивных (просмотр веб-страницы) и др.; выбор устройств, максимально соответствующих цели фиксации нейросигналов, например, интерфейсы мозг-компьютер (BCI) или система айтрекинга (ET); обработка потока данных для извлечения необходимой информации; классификация данных, которая может выполняться вручную или с помощью алгоритмов машинного обучения (ML) и глубокого обучения (DL), что позволяет распознавать шаблоны и уменьшает субъективность. В рамках второго направления наибольшее внимание исследователей уделяется оценке потенциала использования отдельных технологий и интерпретации полученных данных [3,4,6,10]. Третье направление исследований связано с измерением показателей коммерческой эффективности, в числе которых оцениваются эмоциональное вовлечение, запоминаемость, намерение купить, новизна, осознанность и внимание [18]. К четвертому направлению относятся вопросы этичности применения нейрометодов, в частности, проблемы продвижения вредных продуктов, нарушения прав потребителей и т.п. [19]. В этой связи следует отметить, что любой инструмент маркетинга, включая нейротехнологии, может быть использован неэтичными способами, что скорее связано не с характером инструмента, а субъектом, его использующим. При правильном и профессиональном применении нейрометоды позволяют лучше понять потребителей, сформировать для них предложение, имеющее ценность, и организовать наиболее комфортное для потребителя взаимодействие. В этой связи научный и практический интерес представляет обобщение использования приемов нейромаркетинга для взаимодействия с потребителями через развитие маркетинговых инструментов. Цель исследования заключается в систематизации разрозненных результатов исследований, подтверждающих повышение эффективности управления маркетингом с помощью нейротехнологий.

Методы

В статье обобщаются результаты эмпирических исследований и научных изысканий, направленных на изучение реакции мозга и выявление закономерностей принятия решений покупателями. С помощью методов анализа и синтеза систематизируются приемы и способы взаимодействия с потребителями с учетом результатов нейроследований и их практического использования. Гипотеза исследования – приемы нейромаркетинга используются специалистами во всех функциональных направлениях маркетинга с доминированием решений, определяющих политику продукта и маркетинговые коммуникации.

Результаты

Все способы развития методов взаимодействия с потребителями на основе нейротехнологий, которые получили подтверждение в ходе экспериментальных исследований, сгруппированы по инструментам маркетинга и представлены в таблице.

Таблица

Способы развития методов взаимодействия с потребителями на основе нейротехнологий (составлено авторами)

| Инструмент | Способы развития |
|----------------------|--|
| Продукт | Оптимизация ассортимента с целью облегчения потребительского выбора; Поддержка бренда посредством использования различных органов чувств (обонятельный брендинг, повышение чувственной привлекательности бренда, аудиобрендинг); Повышение привлекательности нового продукта; Выбор упаковки, помогающей с принятием решения о покупке. |
| Цена | Оптимизация ценовых условий как справедливых для потребителя; Использование ценовых стратегий фиксированной цены, оплаты за комплект, уменьшающих эмоциональные затраты потребителя; Определение якорной цены; Поиск равновесия между достаточно высокой и достаточно низкой ценой; Упрощение сравнения цен. |
| Сбыт | Повышение лояльности потребителей через вознаграждения и эмоции; Формирование доверия (предоставление образца, сокращение проверок, предоставление конфиденциальной информации). |
| Продвижение | Помощь в принятии решений; Усиление рекламных сообщений; Выделение важных и неочевидных характеристик товара; Формирование устойчивых ассоциаций; Концентрация внимания потребителя на сообщении; Оптимизация использования средств рекламы с помощью тактильных ощущений, эмоциональной окраски. |
| Персонал | Стимулирование увлеченности; Развитие речи, честное отношение. |
| Процесс | Сенсорность; Улучшенная персонализация; Создание позитивных эмоций. |
| Физическое окружение | Демонстрация свидетельств через личные истории; Создание приятной обстановки для демонстрации товара; Использование осязаемых стимулов для покупки. |

Инновации продуктов и дизайн упаковки – две области исследований, в рамках которых нейромаркетинг применяется достаточно широко. Поскольку людям трудно спрогнозировать свои будущие действия и предпочтения, нейромаркетинг предлагает альтернативные способы наблюдения за тем, когда новый продукт вызывает положительный отклик у потребителей, а когда не принимается целевой аудиторией. Многие продукты терпят неудачу, несмотря на многоэтапное тестирование, поэтому любое улучшение репрезентативности результатов представляет большую ценность для маркетологов. Компания Neurosense в рамках своего исследования рассмотрела практические аспекты применения нейромаркетинга для расширения бренда в рамках крупной косметической компании. Технология, основанная на сканировании нейронных реакций мозга, предоставила возможность собрать разносторонние данные для их интерпретации, что было невозможно при использовании фокус-групп.

В результате, с новыми данными от нейромаркетингового исследования, решение, принятое на основе опроса фокус-группы, было пересмотрено. Методы проведения исследований и решения задач определяются исходя из конкретных потребностей компаний. В 2006 году компания Unilever в партнерстве с венской компанией Neuroconsult применила метод, позволяющий считать оценку симпатий в реальном времени и тестировать продукцию с более высокой точностью, основанный на механизме действия четверохолмного рефлекса, для измерения частоты моргания глаз участников. Согласно результатам данного исследования, компания смогла определить, что употребление мороженого в целом доставляет больше удовольствия, чем потребление йогурта или шоколада – увеличение продаж двух последних категорий продукции потребует больше рекламной коммуникации, чем в случае с мороженым. Таким образом, практическая ценность исследования заключается в оптимизации расходов рекламного бюджета компании. Кроме того, в Австралии компания DBM Consultants на основе данных таких эмоциональных показателей, как расширение зрачков и частота моргания, провела оценку реальных цифр продаж поздравительных открыток, выбранных крупной компанией. Помимо выявления элементов дизайна открыток, которые привлекали внимание респондентов, результаты исследования выявили значительную корреляцию между суммой эмоциональных и когнитивных реакций на дизайн открытки и показателями продаж [21].

Говоря о более сложных продуктах, компаниям важны не только эмоции, которые вызывают их продукты, но и то, как продукты реагируют на них. В качестве примера можно привести роботизированную собаку AIBO компании Sony. Несмотря на то, что данный проект не был признан коммерчески успешным и компания прекратила производство AIBO в 2006 году, многие владельцы с удовольствием обучали своих питомцев новым трюкам, программируя новые приложения. Функция реагирования на голос хозяина позволила развить эмоциональную привязку и даже сострадание у группы испытуемых [11]. Данная технология может найти свое применение в качестве развлекательных и образовательных игрушек, что обеспечит

дружеское общение в условиях, когда живые питомцы не принимаются – в детских садах, медицинских учреждениях. В рамках узкоспециализированных исследований изучаются один или нескольких элементов, которые могут обеспечить компании-производителю конкурентное преимущество. Например, компания NeuroFocus разработала методику оценки упаковки продукта на основе анализа мозговых волн. Данная технология позволяет выявить степень влияния отдельной характеристики упаковки продукта на его подсознательное восприятие потребителем. В то время как методология, используемая NeuroFocus, применяется для анализа упаковки, компании Perception Research Services International и EmSense используют метод, основанный на сравнении продуктов на полке. Он сочетает в себе анализ тепловых карт внимания потребителя и считывание показателей эмоций [21].

Нейромаркетинг помогает с пониманием поведения покупателей в отношении цены. Тексты также указывают на то, что методы нейромаркетинга весьма эффективны для принятия решений по ценообразованию, продажам и продвижению. Один и тот же уровень цен может восприниматься потребителем по-разному. Высокая цена на определенную категорию товаров может восприниматься как ощущение потери. С другой стороны, высокая цена на продукт может быть воспринята как показатель качества, повышающий ценность продукта и, следовательно, увеличивающий вероятность покупки. С помощью электроэнцефалограммы (ЭЭГ), гальванической реакции кожи (ГСР) и variability сердечного ритма (BCR) изучается влияние бренда продукта и ценообразования на предпочтения испытуемых. Эксперименты показывают, что цена меняет восприятие продукта [8]. В ходе одного из исследований участникам экспериментальной группы давали таблетку с плацебо и называли цену в 2,5 долл., 85% участников отмечали уменьшение боли. В другой группе была указана цена таблетки в 10 центов, и о снижении боли сообщил 61% участников эксперимента [2]. Сходные результаты были получены при оценке восприятия энергетического продукта. Его воздействие было слабее, когда испытуемым говорили, что цена на него снижена. Продукт воспринимался как дешевый и потому менее эффективный [1]. Эти эксперименты отражают влияние цены на восприятие ценности.

Для покупателей цена является дополнительным маркером, который указывает на качество продукта. Однако ценность продукта и его цена относительны, поэтому потребителям нужно иметь возможность для сравнения, чтобы принять решение. На решение о покупке оказывает влияние конкретный ситуационный контекст. Доказано, что измерение намерения совершить покупку может стать лучшим показателем ожидаемого объема продаж, если продемонстрировать продукт в конкурентной среде и тем самым подкрепить относительные ценности своего предложения [2]. Одним из способов управления лояльностью потребителей и формирования длительных коммерческих связей является повышение доверия потребителей. Даже заявление о том, что клиенты могут доверять компании, повышает ее рейтинг. Так, рекламное сообщение автосервиса, содержащее фразу «вы можете доверить нам выполнение работы для вас», повысило рейтинг компании в категориях: справедливая цена (7%), забота о клиентах (11%), справедливое отношение (20%), качество (30%), компетентность (33%) [2]. Ценностные предложения вызывают доверие, если в опыте использования продукта заложены четкие сигналы, подтверждающие достижение важных для покупателей целей [1].

Исследование продвижения позволяет выявить факторы, определяющие эффективность маркетинговых коммуникаций. Основная идея заключается в том, что эффективность коммуникаций может быть выше, когда в ней наблюдается повторение положительных эмоциональных связей, а не убеждающих потребителя сообщений сделать выбор в пользу конкретного товара. Реклама, опирающаяся на данный принцип, повышает лояльность к продукту бренда, что выражается в увеличении продаж. Данные, полученные с помощью технологии мониторинга мозга и биометрических исследований, иллюстрируют три показателя измерения реакции на представленный материал. Во-первых, фиксируется валентность эмоциональных реакций: благоприятная или неблагоприятная, иллюстрирующая приближения или отталкивания. Эти показатели используются для составления шкалы «симпатии». Во-вторых, измеряется степень возбуждения – интенсивность чувств, независимо от того, положительные они или отрицательные по своей природе, и может указывать на то, как форма коммуникации влияет на степень убеждения потребителя. В-третьих, регистрируются умственные усилия, затраченные потребителем под воздействием стимулов, и подчеркивается когнитивное влияние на формирование отношения. В зависимости от используемой технологии и положения электродов, если используется шлем ЭЭГ, третий набор показателей измеряет показатель фокуса внимания по отношению к семантике слов или отклику памяти. В рамках данного подхода к тестированию рекламных роликов необходимо синхронизировать время отслеживания реакций нейронов с аналогичными изменениями в сценах ролика и внутри них. Несмотря на значительное развитие технологии фМРТ, ее ограничением является то, что она не подходит для оперативного мониторинга реакций на непрерывном потоке аудиовизуальных стимулов с высокой динамикой.

Как и в случае с традиционными подходами, основанными на опросах, изучение реакции мозга на рекламу помогает выявить различие между различными целевыми группами с учетом таких факторов как демографические и психографические характеристики. Таким образом, компаниям легче позиционировать себя на рынке и определять наиболее релевантную целевую аудиторию, повышать эффективность коммуникации с ней. Хорошей иллюстрацией такой задачи является тонкая настройка прототипированных концепций, когда, например, речь идет о выборе наиболее подходящей музыки. Команда компании Neuro-Insight из Австралии выявила тенденцию, в рамках которой смена бренда в результате просмотра рекламного ролика может быть предсказана на основании анализа активности левых префронтальных участков головного мозга. Данные участки мозга отвечают за кодирование долговременной памяти при просмотре нового рекламного ролика [15]. Соответствующее изменение выбора потребителя выступает в качестве показателя успешности рекламы. В данном случае запатентованная технология «топографии устойчивого состояния» (SST) приближает исследователей к точному измерению соответствующих явлений: влияния рекламы на память и ее взаимосвязи с изменением предпочтений в отношении брендов [16]. Поскольку SST индексирует дополнительную активность мозга при непрерывном воздействии основного (устойчивого) визуального осциллирующего стимула, она позволяет получить сигнал, менее искаженный случайными помехами, такими как движение головы и моргание глаз. Он также помогает установить относительную роль визуального внимания и участия рабочей памяти, которые сами по себе оказываются недостаточными для объяснения предполагаемых изменений выбора в зависимости от рекламы. Рассматриваемые данные позволяют, в некоторой степени, оценить покупательские намерения.

Конкуренция в процессе обработки эмоциональных и когнитивных сигналов, т.е. двойная обработка сообщений, является фактором, который необходимо учитывать при разработке содержания и формата сообщения. Как и другие средства коммуникации, рекламные ролики по-разному воздействуют на мозг в зависимости от того, является ли их содержание более информативным или более эмоциональным [7]. Так, в телевизионной рекламе ролики по теме здравоохранения, кадровой

политики, имеющие информационный характер, распознавались лучше, чем эмоциональные объявления. По данным показателей фМРТ, первый тип рекламных сообщений коррелировал с активацией префронтальной и височной зон головного мозга, а второй – с возбуждением в затылочной коре [9]. Следовательно, одним из критериев эффективной коммуникации является оптимальный баланс между «привлекательными вниманием» и «обеспечивающими наполнение элементами сообщения», т.к. ограниченные возможности управления коммуникациями заставляют рекламодателей искать правильный компромисс между уровнем запоминания и уровнем вызываемых эмоций по отношению к рекламному ролику. Все вышесказанное отражает наличие потенциала применения нейромаркетинга, прежде всего, для повышения ценности предложения и снижения затрат потребителя посредством соответствующих изменений в продукте, цене и продвижении. Вместе с тем другие маркетинговые инструменты также получают развитие в современной практике. Так, физическое окружение оказывает влияние на эмоциональное состояние потенциального покупателя. К примеру, чтобы повысить гибкость в отношениях с клиентами, рекомендуется предложить мягкие кресла, избегать твердых предметов [2]. Тактильные и физические ощущения создают комфорт, который отражается на эмоциональном состоянии клиента. Контактный персонал, особенно занятый в продажах, должен обладать развитыми коммуникационными навыками, которые имеют двойное значение: такие специалисты производят лучшее впечатление на клиентов, но и что не менее важно, способны лучше понять потребителей. Использование личностного подхода, добавление сенсорности в характеристики услуги повышает качество обслуживания.

Обсуждение

В настоящее время нейротехнологии предоставляют информацию, которую невозможно получить с помощью классического маркетинга. Наиболее очевидное преимущество методов нейровизуализации связано с тем, что эти методы, собирающие количественные данные, могут быть использованы перед запуском нового продукта, что повышает шансы на успех этого продукта [18]. Однако технологии нейромаркетинга не всегда доказывают свою эффективность в части взаимодействия с потребителями. Так, компанией Millward Brown, специализирующейся на услугах по нейромаркетингу, было проведено два вида исследований в рамках телевизионной рекламы чистящего средства [13]. В тестах сочетались результаты анкетного опроса и невербальной диагностики на основе метода ЭЭГ. Оба подхода дали похожие результаты в определении сцен в тестовой рекламе, которые вызвали самую сильную и самую слабую эмоциональные реакции. Это показывает, что дополнительные исследования в виде нейромаркетинга не всегда оправданы. Поскольку определяющим фактором развития нейромаркетинга является его финансовая обоснованность, состоящая из соотношения затрат и выгод, от точности интерпретации результатов анализа мозговой деятельности зависят достоверность и прикладной характер данных нейромаркетинга. В этой части имеют место ограничения, которые следует учитывать на практике [5]:

- большая часть исследований публикуется компаниями, занимающимися нейромаркетингом, или учеными, работающими в этих компаниях, как следствие, результаты могут быть предвзятыми;
- применяемые методы исследований также оказывают влияние на достоверность научных данных, являются применяемые методологии;
- дополнительными ограничениями являются обстановка, в которой проводятся эксперименты, и состояние испытуемых во время исследовательских процедур.

Р. Дули подчеркивает, что приемы нейромаркетинга не являются панацеей от маркетинговых неудач, но в некоторых случаях они помогают обнаружить проблемные товары или неэффективную рекламу до момента массового запуска [2]. Соответственно, не все нейробиологические исследования помогают решать практические вопросы организации взаимодействия с потребителями, кроме того, необходимо уметь определять границы их использования, не нарушая права потребителей. Учитывая сложность нейронауки и одновременно расширение масштабов исследований в данной области, перечень методов и приемов нейромаркетинга с доказанной эффективностью несомненно будет дополняться.

Заключение

Методы нейромаркетинга помогают понять специалистам основы механизма мотивации и принятия решений потребителями и организовать взаимодействие с потребителями, достигая целевых показателей при меньших затратах. Понимание эмоций, чувств, потребностей и поведенческих реакций в зависимости от маркетинговых стимулов дает возможность найти нестандартные пути к сердцу клиента, повышая ценность предложения. Поскольку продукт и маркетинговые коммуникации в максимальной степени определяют эмоциональное восприятие товарного предложения и бренда, именно эти инструменты используются в нейромаркетинге наиболее широко. Развитие методов взаимодействия с потребителями на основе нейротехнологий может помочь в достижении маркетинговых целей при меньших затратах, однако применение нейроприемов не является гарантией получения ожидаемого результата вследствие наличия ограничений по условиям и достоверности результатов исследований.

Литература

1. Барден Ф. Взлом маркетинга: Наука о том, почему мы покупаем / Фил Барден. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 304 с.
2. Дули Р. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули – Минск: Попурри, 2018. – 336 с.
3. Ali A., Soomro T.A., Memon F., Khan M.Y.A., Kumar P., Keerio M.U., Chowdhry B.S. EEG signals based choice classification for neuromarketing applications // A fusion of artificial intelligence and internet of things for emerging cyber systems, 2022. – P. 371-394.
4. Dey N., Borra S., Ashour A.S., Shi F. (Eds.). Machine learning in bio-signal analysis and diagnostic imaging // Academic Press, 2018.
5. Fortunato V.C.R., Giraldo J.D.M.E., de Oliveira J.H.C. A review of studies on neuromarketing: Practical results, techniques, contributions and limitations // Journal of Management Research, 2014. – № 6. – 201 p.
6. Holmqvist K., Nyström M., Andersson R., Dewhurst R., Jarodzka H., Van de Weijer J. Eye tracking: A comprehensive guide to methods and measures // oup Oxford, 2011.
7. Iyengar S.S., Lepper M.R. When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? // Journal of Personality and Social Psychology, 2000. – № 79. – P. 995–1006.
8. Kaheh S., Ramirez M., George K. Study on the effect of product brand and pricing using biosignals // In 2021 IEEE XXVIII International Conference on Electronics, Electrical Engineering and Computing (INTERCON), 2021. – P. 1-4.
9. Langleben D.D., Loughhead J.W., Ruparel K. Reduced prefrontal and temporal processing and recall of high “sensation value” ads // NeuroImage, 2009. – № 46. – P. 219–225.
10. Mansor A.A.B., Isa S.M. The impact of eye tracking on neuromarketing for genuine value-added applications // Global Business and Management Research: An International Journal, 2018. – № 10. – P. 1-11.
11. Neural correlates of behavioral differences between descriptive and experiential choice [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/22882883_Neural_correlates_of_the_behavioral_differences_between_descriptive_and_experiential_choice_An_examination_combining_computational_modeling_with_fMRI.

12. Page G. The challenges for neuroscience in ad research // *Admap*, 2005. – № 464. – P. 36–38.
13. Page G. Neuromarketing: Beyond the Buzz, Millward Brown's POV // *Admap*, 2006. – P. 1-4.
14. Pérez M.Q., Martínez Beltrán E.T., López Bernal S., Prat E.H., Montesano Del Campo, Fernández Maimó L., Huertas Celdrán A. Data fusion in neuromarketing: Multimodal analysis of biosignals, lifecycle stages, current advances, datasets, trends, and challenges // *Information Fusion*, 2024. – 105 p.
15. Schienle A., Schaefer A., Vaitl D. Individual differences in disgust imagery: A functional magnetic resonance imaging study // *NeuroReport*, 2008. – № 19. – P. 527–530.
16. Silberstein R.B., Schier M.A., Pipingas A., Ciorciari J., Wood S.R., Simpson D.G. Steady state visually evoked potential topography associated with a visual vigilance task // *Brain Topography*, 1990. – № 3. – P. 337-347.
17. Tanenhaus M.K., Spivey-Knowlton M.J. Eye-tracking // *Language and Cognitive processes*, 1996. – № 11. – P. 583-588.
18. Vlăsceanu S. Neuromarketing and Evaluation of Cognitive and Emotional Responses of Consumers to Marketing Stimuli. *Procedia // Social and Behavioral Sciences*, 2014. – № 127. – P. 753-757.
19. Vlăsceanu S. Neuromarketing and Neuroethics. *Procedia // Social and Behavioral Sciences*, 2014. – № 127. – P. 763-768.
20. Yadava M., Kumar P., Saini R., Roy P.P., Prosad Dogra D. Analysis of EEG signals and its application to neuromarketing // *Multimedia Tools and Applications*, 2017. – № 76. – P. 19087-19111.
21. Zurawicki L. *Neuromarketing* // Springer, 2010. – 211 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ (INFORMATION ABOUT AUTHORS)

Абашева Полина Сергеевна – магистрант, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург).

Абдужалилова Фируза Юсуфовна – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Авраменко Михаил Витальевич – аспирант, Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону).

Аксёнова Анастасия Аркадиевна – кандидат экономических наук, директор Департамента менеджмента качества АО «ВО «Безопасность»» (г. Москва).

Александрова Надежда Геннадьевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры технологии и профессионально-педагогического образования, Академия психологии и педагогики, Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону).

Андреев Алексей Игоревич – кандидат биологических наук, советник декана факультета глобальных процессов, руководитель центра долгосрочного прогнозирования и стратегического планирования, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва).

Андреева Изабелла Феликсовна – преподаватель кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций, Академия маркетинга и социально-информационных технологий ИМСИТ (г. Краснодар).

Арефьева Светлана Александровна – кандидат технических наук, доцент кафедры математики и информатики, Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве РФ (г. Краснодар).

Астахин Александр Станиславович – кандидат экономических наук, стажер кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Афанасьева Мария Федоровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры товароведения и управления качеством, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (г. Ростов-на-Дону).

Багнюк Дмитрий Вячеславович – аспирант, Государственный университет просвещения (г. Мытищи).

Бакиев Андрей Иванович – кандидат исторических наук, заведующий кафедрой философии и социально-гуманитарных наук, Красноярский государственный медицинский университет им. проф. В.Ф. Войно-Ясенецкого (г. Красноярск).

Белякова Елена Владимировна – доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента, Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева (г. Красноярск).

Береснев Дмитрий Николаевич – кандидат экономических наук, проректор по международной деятельности и дополнительному образованию, Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (г. Москва).

Библия Галина Николаевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления инновационными системами, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).

Брикота Татьяна Борисовна – кандидат технических наук, доцент кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса, Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова (г. Краснодар).

Брче Адиля Минрасыковна – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры маркетинга и управления проектами, Национальный исследовательский университет «Московский институт электронной техники» (г. Москва).

Брче Минрасык Абуевич – кандидат экономических наук, доцент, независимый исследователь, эксперт в области налогообложения бизнеса (г. Москва).

Бурлов Дмитрий Юрьевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры операционного менеджмента, Московский финансово-промышленный университет «Синергия» (г. Москва).

Бухтаяров Андрей Александрович – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и торгового дела, Краснодарский филиал Российского университета кооперации (г. Краснодар).

Быканова Наталья Игоревна – кандидат экономических наук, доцент кафедры инновационной экономики и финансов, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Ван Мэйлунь – аспирант, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург).

Васильев Владимир Николаевич – аспирант, Самарский государственный экономический университет (г. Самара).

Ветрова Мария Александровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия, предпринимательства и инноваций, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург).

Волков Сергей Валентинович – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Волненко Владимир Николаевич – кандидат экономических наук, стажер кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Волосатова Арина Андреевна – заместитель директора Научно-исследовательского института «Центр экологической промышленной политики» (г. Мытищи).

Воронов Александр Александрович – доктор экономических наук, профессор кафедры логистики и коммерческой работы, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург); профессор кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Вукочич Галина Григорьевна – доктор экономических наук, заведующая кафедрой экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).

Гарьковенко Вероника Эдуардовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры корпоративного и государственного управления, Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова (г. Краснодар).

Гераськина Анастасия Андреевна – аспирант, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (г. Москва).

Говоруха Наталья Сергеевна – исполнительный директор Высшей школы управления, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Голуб Ольга Владимировна – начальник отдела методологии ресурсосбережения, Научно-исследовательский институт «Центр экологической промышленной политики» (г. Мытищи).

Гомбоева Алла Николаевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита, Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Р. Филиппова (г. Улан-Удэ).

Горбенко Анна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики в энергетике и промышленности, Национальный исследовательский университет «Московский энергетический институт» (г. Москва).

Горбунов Артем Игоревич – магистрант, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск).

Гулый Илья Михайлович – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики транспорта, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург).

Давыденко Ирина Геннадиевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита, Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону).

Данилевская Елена Николаевна – преподаватель кафедры торговли и общественного питания, Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова (г. Краснодар).

Данилина Елена Ивановна – доктор экономических наук, профессор кафедры организационно-кадровой работы в органах государственной власти, МИРЭА – Российский технологический университет (г. Москва).

Данилов Дмитрий Евгеньевич – аспирант, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва).

Данченко Анна Сергеевна – кандидат экономических наук, заместитель декана факультета по учебной и воспитательной работе, Российский государственный университет правосудия (г. Москва).

Добаева Наталья Владимировна – соискатель кафедры мировой экономики и международных экономических отношений, Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону).

Долгушин Александр Борисович – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, Международный научно-исследовательский институт устойчивого развития (г. Москва).

Дроздова Мария Александровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры истории, философии, политологии и социологии, заместитель начальника учебного управления, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург).

Дубинина Мария Александровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса, Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова (г. Краснодар).

Дубровский Андрей Викторович – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, Финансовый университет при Правительстве РФ; доцент кафедры экономики и управления, Московский международный университет (г. Москва).

Евсеева Светлана Альбертовна – доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента, Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева (г. Красноярск).

Егорова Лариса Ивановна – доктор экономических наук, профессор кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).

Еремин Дмитрий Павлович – руководитель отдела проектного управления и взаимодействия с органами государственной власти, Научно-исследовательский институт «Центр экологической промышленной политики» (г. Мытищи).

Ершов Евгений Геннадьевич – кандидат экономических наук, директор ОГАУ «Центр туризма и гостеприимства Белгородской области» (г. Белгород).

Есенжулова Любовь Семеновна – кандидат экономических наук, доцент кафедры региональной экономики и менеджмента, Западный филиал Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Калининград).

Закалистова Надежда Сергеевна – аспирант, Государственный социально-гуманитарный университет (г. Коломна).

Зарецкий Евгений Николаевич – аспирант, Самарский государственный экономический университет (г. Самара).

Захарова Лина Николаевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).

Злотников Максим Сергеевич – кандидат экономических наук, Директор института менеджмента и международного бизнеса, Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева (г. Красноярск).

Иванова Наталья Алексеевна – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и маркетинга, Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А. (г. Саратов).

Ивашкова Олеся Юрьевна – соискатель кафедры маркетинга, логистики и рекламы, Самарский государственный экономический университет (г. Самара).

Игнатьева Ирина Валентиновна – кандидат экономических наук, доцент кафедры журналистики и маркетинговых технологий, Байкальский государственный университет (г. Иркутск).

Кизим Анатолий Александрович – доктор экономических наук, профессор кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).

Клет Мария Петровна – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Клецкова Елена Викторовна – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и эконометрики, Алтайский государственный университет (г. Барнаул).

Коваленко Анна Алексеевна – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Колобова Евгения Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры медиакоммуникационных технологий, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения (г. Санкт-Петербург).

Кольцова Надежда Андреевна – старший преподаватель кафедры экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).

- Конкин Валентин Олегович* – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).
- Кочетова Ольга Олеговна* – аспирант, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (г. Москва).
- Краюшкина Валерия Вячеславовна* – аспирант, Высшая школа государственного администрирования, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- Кремлев Никита Кириллович* – руководитель проектов профессиональных сервисов Лаборатории Касперского, аспирант, Самарский государственный экономический университет (г. Самара).
- Кублин Игорь Михайлович* – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и маркетинга, Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А. (г. Саратов).
- Кухаренко Лилия Валериевна* – кандидат культурологии, доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа, Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова (г. Краснодар).
- Кучерявенко Светлана Алексеевна* – кандидат экономических наук, директор Центра менеджмента качества, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).
- Ли Байчжи* – аспирант, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- Лопатина Ирина Юрьевна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры корпоративного и государственного управления, Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова (г. Краснодар).
- Лукашук Петр Иванович* – кандидат технических наук, директор ООО «Технологии высокой точности» (г. Москва).
- Лукьянов Илья Владимирович* – аспирант, Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева (г. Красноярск).
- Любофеев Владимир Дмитриевич* – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).
- Макринова Елена Игоревна* – доктор экономических наук, профессор кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы, Белгородский университет кооперации, экономики и права (г. Белгород).
- Манюшко Семён Вадимович* – аспирант, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- Мартиросян Самвел Сейранович* – магистрант, Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве РФ (г. Краснодар).
- Матузенко Елена Викторовна* – доктор экономических наук, профессор кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы, Белгородский университет кооперации, экономики и права (г. Белгород).
- Мельникова Наталия Сергеевна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры инновационной экономики и финансов, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).
- Митрофанов Денис Владимирович* – аспирант, Российский университет дружбы народов (г. Москва).
- Мудров Андрей Викторович* – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономического анализа, статистики и финансов, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).
- Муратова Аделия Ринатовна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург).
- Муртазин Ринат Маратович* – магистрант, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург).
- Насыбулина Вероника Павловна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления, Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова (г. Краснодар).
- Нежникова Екатерина Владимировна* – доктор экономических наук, профессор кафедры национальной экономики, Российский университет дружбы народов (г. Москва).
- Никоноров Сергей Михайлович* – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики природопользования, директор Центра исследования экономических проблем развития Арктики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- Новиков Кирилл Александрович* – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).
- Ноздрин Вадим Станиславович* – кандидат технических наук, доцент кафедры прикладной информатики, Московский политехнический университет (г. Москва).
- Одарченко Дмитрий Дмитриевич* – аспирант, Белгородский университет кооперации, экономики и права (г. Белгород).
- Одоева Ольга Исааковна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры прикладной экономики, Бурятский государственный университет им. Доржи Банзарова (г. Улан-Удэ).
- Орлов Павел Вячеславович* – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).
- Осадчая Светлана Михайловна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).
- Островская Анастасия Викторовна* – старший преподаватель кафедры экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).
- Оттева Ирина Владимировна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и коммерции, Тихоокеанский государственный университет (г. Хабаровск).
- Паламарчук Геннадий Иванович* – кандидат технических наук, доцент кафедры логистики и коммерческой работы, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург).
- Полушкина Татьяна Михайловна* – доктор экономических наук, профессор кафедры статистики и информационных технологий в экономике и управлении, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва (г. Саранск).
- Пристегина Ксения Андреевна* – ведущий специалист отдела проектного управления и взаимодействия с органами государственной власти, Научно-исследовательский институт «Центр экологической промышленной политики» (г. Мытищи).

- Путырский Александр Геннадьевич* – кандидат экономических наук, доцент кафедры логистики и коммерческой работы, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург).
- Рачина Алина Владимировна* – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).
- Резепин Александр Владимирович* – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, региональной экономики, государственного и муниципального управления, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск).
- Родионов Александр Павлович* – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и инноваций, Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург).
- Рыбалко Мария Александровна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- Савина Кира Сергеевна* – преподаватель отделения среднего профессионального образования, Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова (г. Краснодар).
- Сайдулаев Аслан Гиланиевич* – аспирант, Грозненский государственный нефтяной технический университет им. академика М.Д. Миллионщикова (г. Грозный).
- Самарченко Ольга Игоревна* – кандидат экономических наук, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации (г. Москва).
- Сараева Оксана Николаевна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет (г. Иркутск).
- Свириль Илья Валерьевич* – аспирант, Российский университет дружбы народов (г. Москва).
- Семенухин Александр Константинович* – аспирант, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- Синицына Ирина Александровна* – магистрант, Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А. (г. Саратов).
- Смирнова Татьяна Сергеевна* – кандидат технических наук, доцент кафедры промышленной экологии, Российский государственный университет нефти и газа (национальный исследовательский университет) им. И.М. Губкина; старший научный сотрудник отдела методологии ресурсосбережения, Научно-исследовательский институт «Центр экологической промышленной политики» (г. Москва).
- Сюй Юнь* – аспирант, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- Тагибова Асият Ахмедовна* – кандидат социологических наук, заместитель президента Национального фонда культурных инноваций, Московский государственный институт международных отношений (г. Москва).
- Терентьева Ольга Игоревна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики инновационного развития, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- Титова Екатерина Сергеевна* – кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник Научно-исследовательского института развития образования, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (г. Москва).
- Ткаченко Дарья Ивановна* – магистрант, Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве РФ (г. Краснодар).
- Толстых Татьяна Олеговна* – доктор экономических наук, профессор кафедры индустриальной стратегии, Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», профессор кафедры экономики промышленности, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (г. Москва).
- Торосян Эрик Сергеевич* – заместитель начальника отдела интеллектуальной собственности, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).
- Трофимов Сергей Евгеньевич* – кандидат экономических наук, профессор Академии военных наук, эксперт Совета по развитию цифровой экономики Совета Федерации ФС РФ (г. Москва).
- Федорова Наталья Борисовна* – кандидат технических наук, доцент кафедры торговли и общественного питания, Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова (г. Краснодар).
- Фомина Ксения Романовна* – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).
- Фурсова Елена Алексеевна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры логистики и коммерческой работы, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург).
- Хунгнибо Коффи Ронел Орден* – магистрант, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).
- Чжан Шулин* – аспирант, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- Чжэн Цянь* – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург).
- Шааб Алия* – кандидат экономических наук, директор агентства недвижимости ГУТХАУС (GUTHAUS Immobilienagentur) (г. Битигхайм-Биссинген, Германия).
- Шабаев Арсений Алексеевич* – аспирант, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).
- Шамков Артем Юрьевич* – аспирант, Алтайский государственный университет (г. Барнаул).
- Шевчук Анатолий Васильевич* – доктор экономических наук, руководитель отделения Совета по изучению производительных сил, Всероссийская академия внешней торговли Минэкономразвития РФ (г. Москва).
- Шумакова Ирина Алексеевна* – доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).
- Щелчков Кирилл Александрович* – кандидат технических наук, начальник научно-консультационного отдела, Научно-исследовательский институт «Центр экологической промышленной политики» (г. Мытищи).
- Щербина Кирилл Олегович* – преподаватель кафедры экономики и управления инновационными системами, Кубанский государственный университет (г. Краснодар).
- Юдникова Елена Сергеевна* – доктор экономических наук, профессор кафедры логистики и коммерческой работы, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (г. Санкт-Петербург).

Юсубов Руслан Латифович – соискатель кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Яковенко Зоя Михайловна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, учета и анализа, Ростовский государственный университет путей сообщения (г. Ростов-на-Дону).

Яхнеева Ирина Валерьевна – доктор экономических наук, заведующая кафедрой маркетинга, логистики и рекламы, Самарский государственный экономический университет (г. Самара).

АВТОРАМ НА ЗАМЕТКУ (AUTHORS TO NOTE)

1. Для опубликования статьи в журнале в редакцию необходимо представить:
 - вариант статьи направляется по электронной почте (ekorazvitie@yandex.ru); статья должна быть набрана в формате А4 через 1 интервал гарнитурой Times New Roman размером шрифта 12 пт; на титульной странице должны быть указаны индекс УДК, название статьи и список авторов на русском и английском языках, приведены аннотация и ключевые слова на русском и английском языках;
 - сведения об авторах на отдельном листе (фамилия, имя, отчество, место работы, должность, ученая степень, звание, домашний и служебный адреса, телефоны, e-mail); наименование кафедры и вуза приводятся полностью (для каждого автора указать e-mail).
2. Объем статьи должен составлять от 6 страниц, включая аннотации, ключевые слова, примечания, таблицы (размером шрифта 10 пт), рисунки и литературу.
3. Редакция принимает статьи в формате Microsoft Word. Для записи формул следует применять редактор формул MathType (в том числе для внутритекстовых формул и переменных). Нумеруются только те формулы, на которые есть ссылки. Выключенные в отдельную строку формулы являются равноправными элементами предложения, поэтому они должны завершаться соответствующими знаками препинания. Рисунки следует выполнять четко, в формате, обеспечивающем ясность передачи всех деталей. Рисунки и таблицы должны иметь сквозную нумерацию. Подрисуночные подписи набираются размером шрифта 10 пт. Таблицы должны сопровождаться тематическими заголовками; допускаются только общепринятые сокращения. Следует использовать единицы измерения в соответствии с Международной системой (СИ).
4. Библиографические ссылки даются по мере встречаемости (не менее 12 источников). Обязательно цитирование (2-х и более ссылок) **иностранных авторов** – специалистов по теме исследования. В тексте должны быть ссылки в квадратных скобках лишь на опубликованные материалы.

Редакция не возвращает рукописи. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов публикуемых материалов. Редакция оставляет за собой право не публиковать представленную статью без объяснения причин, а также изменять заголовки, сокращать тексты статей и вносить в них необходимую правку без согласования с авторами. Несоблюдение правил оформления рукописи и компьютерного набора задерживает ее публикацию. Порядок и очередность публикации статьи определяется в зависимости от объема публикуемых материалов в конкретном выпуске.

Статьи журнала включаются в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), доступны в Интернете по адресу: <http://www.elibrary.ru> (Научная электронная библиотека).

Адрес редакции:

350020, Краснодарский край, г. Краснодар,
ул. Коммунаров, д. 290, помещение 20/3.
Телефон редакции: +7(861)279-41-89
Журнал «Экономика устойчивого развития»
e-mail: ekorazvitie@yandex.ru
сайт: <http://economdevelopment.ru>

**ЭКОНОМИКА
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

Региональный научный журнал

Верстка: А.В. Островская

Технический редактор: Н.А. Кольцова

Подписано в печать 14.06.2024. Дата выхода в свет 28.06.2024.

Формат 60×84¹/₈. Печать цифровая.

Гарнитура «Таймс».

Уч.-изд. л. 70,3. Тираж 550 экз. Заказ № 5714

Свободная цена

Информационный знак: 12+

Адрес издателя, редакции:

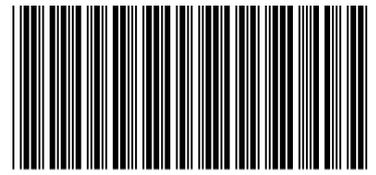
350020, Краснодарский край, г. Краснодар,
ул. Коммунаров, д. 290, помещение 20/3.

Телефон редакции: +7(861)279-41-89

Журнал «Экономика устойчивого развития»

e-mail: ekorazvitie@yandex.ru

сайт: <http://economdevelopment.ru>



2079-9136