



Журнал рекомендован
для публикации результатов
научных исследований



Издание выпускается
с регулярной периодичностью

Первый экономический журнал

.....
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

№10/340 (2023)

ПЕРЕЧЕНЬ ✓
ВАК РФ



ПЕРВЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

**ПРЕЖНЕЕ НАИМЕНОВАНИЕ «БЮЛЛЕТЕНЬ ТРАНСПОРТНОЙ
ИНФОРМАЦИИ» (БТИ), ISSN 2072-8115**

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН В ПЕРЕЧЕНЬ ВЕДУЩИХ НАУЧНЫХ ИЗДАНИЙ,
РЕКОМЕНДОВАННЫХ ВАК, ПРИ МИНИСТЕРСТВЕ НАУКИ И ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН В ИНДЕКС НАУЧНОГО ЦИТИРОВАНИЯ (РИНЦ)!

Научно-практический рецензируемый журнал «Бюллетень транспортной информации» выпускается с 1995 года и ориентирован на презентацию оригинальных научных разработок, связанных с изучением комплекса экономических отношений в сфере управления народным хозяйством.

Журнал включен в Национальную библиографическую базу данных научного цитирования «Российский индекс научного цитирования».

Данный издательский проект призван обеспечить взаимодействие и обмен опытом между представителями отечественных и зарубежных научных школ, авангарда вузовской науки, включая молодых авторов — аспирантов, соискателей, магистрантов, а также независимых исследователей.

Редакция издания «Бюллетень транспортной информации» осуществляет рецензирование и принимает к публикации авторские материалы в жанре научных статей, корреспонденций по актуальным вопросам исследовательского дискурса, обзоров по профильной проблематике и отзывов на научные работы.

*Журнал, согласно паспорту Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации, рекомендован для публикации результатов научных исследований по **Экономическим наукам**.*

Свидетельство о регистрации СМИ:

Серия ПИ № ФС77-83639 от 05 августа 2022г.

Международный стандартный сериальный номер (ISSN) в печатной версии: 2072-8115

ПОДПИСНОЙ ИНДЕКС: 014722

Учредитель и издатель журнала: *Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «Манускрипт» (ОГРН 1226100004679)*

Адрес: *344114, РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г.О. ГОРОД РОСТОВ-НА-ДОНУ, Г. РОСТОВ-НА-ДОНУ, УЛ БОРЯНА, Д. 20, 24*

Сайт издательства: <https://naukavak.ru/>

Подписано в печать 10.10.2023г.

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:**Анесянц Саркис Артаваздович**

Доктор экономических наук, профессор кафедры Экономики и менеджмента, почетный работник высшего профессионального образования, основатель научной школы Российской академии естествознания, ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:**Ангелина Ирина Альбертовна**

Доктор экономических наук, профессор, Заведующая кафедрой туризма, Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

Арустамов Эдуард Александрович

Доктор экономических наук, проф., заслуженный деятель науки, Московский государственный областной университет, кафедра методики обучения безопасности жизнедеятельности

Белякова Галина Яковлевна

Доктор экономических наук, профессор кафедры организации и управления наукоемкими производствами, зав. лабораторией научно-образовательного центра управленческих и предпринимательских компетенций Института инженерной экономики ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий им. акад. М.Ф. Решетнева». Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации

Гарник Сергей Валентинович

Доктор экономических наук, профессор Государственного Университета Управления

Зайков Владимир Полиевктович

Доктор экономических наук, доцент, профессор ФГБОУ ВО «Кубанский Государственный Технологический Университет»

Игнатова Татьяна Владимировна

Доктор экономических наук, профессор, Заслуженный работник высшей школы РФ, заведующая кафедрой Экономической теории и предпринимательства, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Крылова Елена Борисовна

Доктор экономических наук, Заведующий кафедрой экономических и финансовых дисциплин, АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

Кутернин Михаил Иванович

Доктор экономических наук, профессор, Государственный университет управления

Кюрджиев Сергей Пантелеевич	Доктор экономических наук, профессор кафедры Финансов и природопользования, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
Пуряев Айдар Султангалиевич	Доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры производственного менеджмента, Набережночелнинский институт ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», Почетный работник сферы образования Российской Федерации
Свиридов Олег Юрьевич	Доктор экономических наук, профессор кафедры Финансы и кредит, ФГБОУ ВО «Южный федеральный университет»
Семенюта Ольга Гетовна	Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Банковское дело», почетный работник высшего профессионального образования, ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет» (РИНХ)
Тяглов Сергей Гаврилович	Доктор экономических наук, профессор кафедры Экономики региона отраслей и предприятий, основатель научной школы, ФГБОУ ВО "Ростовский государственный экономический университет" (РИНХ)
Хутиыз Заурбеч Асланбиевич	Доктор экономических наук, профессор, директор политехнического колледжа, ФГБОУ ВО «Майкопский государственный технологический университет»
Черненко Ольга Борисовна	Доктор экономических наук, профессор кафедры Государственного, муниципального управления и экономической безопасности, ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет» (РИНХ)
Шагинян Сергей Георгиевич	Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Экономики и менеджмента, почетный работник высшего профессионального образования, ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения»

EDITOR-IN-CHIEF:**Anesyants Sarkis Artavazdovich**

Doctor of Economics, Professor of the Department of Economics and Management, Honorary Worker of Higher Professional Education, founder of the Scientific School of the Russian Academy of Natural Sciences, Rostov State University of Railway Engineering

EDITORIAL BOARD:**Angelina Irina Albertovna**

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Tourism, State Organization of Higher Professional Education "Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky"

Arustamov Eduard Alexandrovich

Doctor of Economics, Professor, Honored Scientist, Moscow State Regional University, Department of Life Safety Teaching Methods

Belyakova Galina Yakovlevna

Doctor of Economics, Professor of the Department of Organization and Management of High-tech Industries, Head. laboratory of the Scientific and Educational Center of Managerial and Entrepreneurial Competencies of the Institute of Engineering Economics of the Siberian State University of Science and Technology named after Academician M.F. Reshetnev". Honored Worker of the Higher School of the Russian Federation

Garnik Sergey Valentinovich

Doctor of Economics, Professor of the State University of Management

Zaikov Vladimir Polyevktovich

Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Kuban State Technological University

Ignatova Tatiana Vladimirovna

Doctor of Economics, Professor, Honored Worker of the Higher School of the Russian Federation, Head of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Krylova Elena Borisovna

Doctor of Economics, Head of the Department of Economic and Financial Disciplines, ANO VO "Moscow Humanitarian University"

Kurdjiev Sergey Panteleevich

Doctor of Economics, Professor of the Department of Finance and Environmental Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Puryaev Aidar Sultangalievich

Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Production Management Department, Naberezhnye Chelny Institute of the Kazan (Volga Region) Federal University, Honorary Worker of Education of the Russian Federation

Sviridov Oleg Yurievich	Doctor of Economics, Professor of Finance and Credit Department, Southern Federal University
Semenuta Olga Getovna	Doctor of Economics, Professor, Head of the Banking Department, Honorary Worker of Higher Professional Education, Rostov State University of Economics
Tyaglov Sergey Gavrilovich	Doctor of Economics, Professor of the Department of Regional Economics of Industries and Enterprises, Founder of the Scientific School, Rostov State University of Economics
Khutyz Zaurbech Aslanbievich	Doctor of Economics, Professor, Director of the Polytechnic College, Maykop State Technological University
Kuternin Mikhail Ivanovich	Doctor of Economics, Professor, State University of Management
Chernenko Olga Borisovna	Doctor of Economics, Professor of the Department of State, Municipal Administration and Economic Security, Rostov State University of Economics
Shaginyan Sergey Georgievich	Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics and Management, Honorary Worker of Higher Professional Education, Rostov State University of Railway Engineering

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА:**МЕНЕДЖМЕНТ (ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ)**

- Бареева Иркям Адгамовна, Васин Сергей Михайлович, Степанова Кристина Андреевна.** ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ: РЕЗУЛЬТАТЫ УПРАВЛЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ **12**
- Борис Ольга Александровна, Парахина Валентина Николаевна, Мелкумян Эльза Норайровна.** РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ МЕНЕДЖЕРА В СИСТЕМЕ ФАКТОРОВ РОСТА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КОМПАНИИ **23**
- Крохалев Константин Владимирович.** ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭКОСИСТЕМНОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ ПРОМЫШЛЕННЫМ ХОЛДИНГОМ **31**
- Мельникова Ирина Юрьевна.** ФОРМИРОВАНИЕ SOFT SKILLS РУКОВОДИТЕЛЕЙ: ОТВЕТ НА ТРЕБОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ТРУДА **36**
- Тимофеев Дмитрий Владимирович.** ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ТАМО-ЖЕННЫХ ОРГАНАХ НА ОСНОВЕ КОМПЕТЕНТНОГО ПОДХОДА **42**
- Шийко Вера Георгиевна, Курбанов Нурали Хайдарович, Абрамов Владимир Николаевич.** СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ И РИСКАМИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА КОРПОРАТИВНОМ УРОВНЕ **49**

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

- Гречина Ирина Викторовна, Юдина Виктория Сергеевна, Тишаева Валерия Дмитриевна.** РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ СФЕРЫ УСЛУГ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИЗМЕНЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА **59**
- Давидчук Надежда Николаевна, Шершнева Анна Викторовна, Пальчикова Наталья Сергеевна.** НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА НА ФОРМИРОВАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА **67**
- Дремов Владимир Владимирович, Киреева Наталья Владимировна.** ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЗАКОНА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ «О ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКЕ» **75**
- Жевакин Валентин Сергеевич.** ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ЗАКУПОК ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ **83**

- Лидека Анна Анатольевна, Зинковский Сергей Сергеевич.** СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ДЛЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ **89**
- Мелентьева Оксана Владимировна.** НЕЙРОМАРКЕТИНГ И ЕГО РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ВИЗУАЛЬНОЙ САЛИЕНТНОСТИ **95**
- Нерсесян Диана Вазгеновна.** ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ: АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ **100**
- Ромашкина Ольга Петровна, Красноженова Галина Федоровна.** РЕКОНСТРУКЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ПРИМЕРЕ САНАТОРНО КУРОРТНОГО ФОНДА ЮГА РОССИИ **105**
- Трубицин Николай Сергеевич.** АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО- ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ, В ТОМ ЧИСЛЕ, В СФЕРЕ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ **113**

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

- Аксакова Наталья Владимировна.** СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ ИМПАКТ-ИНВЕСТИЦИЙ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ **120**
- Ангелина Ирина Альбертовна, Градинарова Арина Александровна.** ОЦЕНКА УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ ПУБЛИЧНЫХ ФИНАНСОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ **134**
- Анесянц Саркис Артаваздович, Титов Николай Александрович.** РЫНОК ДРАГМЕТАЛЛОВ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ УСЛУГ ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ. **142**
- Гасанов Оскар Сейфуллович, Золотов Николай Андреевич.** ИНФЛЯЦИЯ И ВАЛЮТНЫЙ КУРС В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ **148**
- Пшеничко Леонид Игоревич.** ОТКРЫТЫЙ БАНКИНГ КАК ЦИФРОВАЯ ИННОВАЦИЯ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ **156**
- Тхагапсо Руслан Асланчериевич, Тхаркахова Ирина Григорьевна, Тхагапсо Анастасия Александровна.** АКЦИЗНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ **162**

CONTENT:**MANAGEMENT (ECONOMICS)**

- Bareeva Irkyam Adgamovna, Vasin Sergey Mikhailovich, Stepanova Kristina Andreevna.*** DYNAMICS OF INDICATORS OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX OF RUSSIA: RESULTS OF AGRICULTURAL PRODUCTION MANAGEMENT IN MODERN CONDITIONS **12**
- Boris Olga Alexandrovna, Parakhina Valentina Nikolaevna, Melkumyan Elza Norairovna.*** MANAGER'S COMPETENCIES AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE COMPANY'S INNOVATIVE POTENTIAL **23**
- Krokhalev Konstantin Vladimirovich.*** PROSPECTS FOR THE INTRODUCTION OF AN ECOSYSTEM APPROACH IN THE MANAGEMENT OF AN INDUSTRIAL HOLDING **31**
- Melnikova Irina Yurievna.*** BUILDING MANAGERS' SOFT SKILLS: RESPONDING TO THE REQUIREMENTS OF THE MODERN LABOUR MARKET **36**
- Timofeev Dmitry Vladimirovich.*** IMPLEMENTATION OF A QUALITY MANAGEMENT SYSTEM IN CUSTOMS AUTHORITIES BASED ON A COMPETENT APPROACH **42**
- Shiyko Vera Georgievna, Kurbanov Nurali Haidarovich, Abramov Vladimir Nikolaevich.*** STRATEGIC MANAGEMENT OF HUMAN RESOURCES EFFICIENCY AND RISK AT CORPORATE LEVEL **49**

REGIONAL AND SECTORAL ECONOMY

- Grechina Irina Viktorovna, Yudina Victoria Sergeevna, Tishaeva Valeria Dmitrievna.*** DEVELOPMENT OF THE REGIONAL ECONOMY OF THE SERVICE SECTOR DEPENDING ON CHANGES IN LABOR PRODUCTIVITY **59**
- Davidchuk Nadezhda Nikolaevna, Shershneva Anna Viktorovna, Palchikova Natalia Sergeevna.*** SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACH TO ASSESSING THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING ON BRAND FORMATION AND PROMOTION **67**
- Dremov Vladimir Vladimirovich, Kireeva Natalia Vladimirovna.*** THEORETICAL PROBLEMS OF THE IMPLEMENTATION OF THE LAW OF THE RUSSIAN FEDERATION «ON INDUSTRIAL POLICY» **75**
- Zhevakin Valentin Sergeevich.*** ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC FEATURES OF THE PROCUREMENT SYSTEM OF STATE-OWNED ENTERPRISES IN THE SERVICE SECTOR **83**

Lideka Anna Anatolievna, Zinkovskiy Sergey Sergeevich. MODERN TOOLS OF DIGITAL TRANSFORMATION FOR TRADE ORGANIZATIONS	89
Melentieva Oksana Vladimirovna. NEUROMARKETING AND ITS ROLE IN THE FORMATION OF VISUAL SALIENCE	95
Nersesyana Diana Vazgenovna. PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY IN CONDITIONS OF ECONOMIC TURBULENCE: ASPECTS OF IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES	100
Romashkina Olga Petrovna, Krasnozhenova Galina Feodorovna. HOSPITALITY ENTERPRISE RECONSTRUCTION: RUSSIAN SOUTH RESORTS EXAMPLE	105
Trubitsin Nikolay Sergeevich. ACTUAL PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF TRANSPORT AND LOGISTICS COMPANIES, INCLUDING IN THE SPHERE OF SMALL BUSINESSES IN THE RUSSIAN FEDERATION	113
FINANCE, MONEY CIRCULATION AND CREDIT	
Aksakova Natalia Vladimirovna. CONTENT OF THE IMPACT INVESTMENT CATEGORIES: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS	120
Angelina Irina Albertovna, Gradinarova Arina Alexandrovna. ASSESSMENT OF CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF PUBLIC FINANCE IN THE RUSSIAN FEDERATION	134
Anesyants Sarkis Artavazdovich, Titov Nikolai Alexandrovich. THE PRECIOUS METALS MARKET AS A PROSPECTIVE DIRECTION OF INVESTMENT SERVICES FOR INDIVIDUALS IN THE FINANCIAL MARKET.	142
Gasarov Oscar Seifullovich, Zolotov Nikolay Andreevich. INFLATION AND EXCHANGE RATE IN THE NEW ECONOMIC CONDITIONS	148
Pshenichko Leonid Igorevich. OPEN BANKING AS A DIGITAL INNOVATION IN THE FIELD OF RETAIL BANKING	156
Tkhagapso Ruslan Aslancherievich, Tkharkakhova Irina Grigorevna, Tkhagapso Anastasia Alexandrovna. EXCISE TAXATION OF ALCOHOLIC BEVERAGES IN RUSSIA: PROBLEMS AND WAYS OF OPTIMIZATION	162

МЕНЕДЖМЕНТ (ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ)

УДК 005.1
DOI 10.58551/20728115_2023_10_12

ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ: РЕЗУЛЬТАТЫ УПРАВЛЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Бареева Иркям Адгамовна

Кандидат экономических наук, доцент,
Пензенский государственный университет
E-mail: irkysha@mail.ru

Васин Сергей Михайлович

Доктор экономических наук, профессор,
Пензенский государственный университет
E-mail: pspu-met@mail.ru

Степанова Кристина Андреевна

Магистрант, Пензенский государственный университет
E-mail: stkristina2000@yandex.ru

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме результативности управления агропромышленным комплексом России в условиях турбулентных 2019-2022 годов. Проанализирована динамика основных показателей развития сельскохозяйственной отрасли России, проведена оценка динамики объема производства сельскохозяйственной продукции, структуры продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств, объема численности занятого населения в отраслях сельского хозяйства. Представлен рейтинг регионов по урожаю сельскохозяйственных культур. Проведен сравнительный анализ динамики российского экспорта продукции АПК в современных условиях. Исследование базируется на официальных статистических данных Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, Федеральной службы государственной статистики, Федеральной таможенной службы.

Ключевые слова: управление агропромышленным комплексом, сельскохозяйственное производство, сельское хозяйство, экспорт продукции агропромышленного комплекса, региональный рейтинг АПК, цифровизация.

DYNAMICS OF INDICATORS OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX OF RUSSIA: RESULTS OF AGRICULTURAL PRODUCTION MANAGEMENT IN MODERN CONDITIONS

Bareeva Irkyam Adgamovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Penza State University,
E-mail: irkysha@mail.ru

Vasin Sergey Mikhailovich

Doctor of Economics, Professor, Penza State University,
E-mail: pspu-met@mail.ru

Stepanova Kristina Andreevna

Master's student, Penza State University,

E-mail: stkristina2000@yandex.ru

The article is devoted to the current problem of the state and development of the agro-industrial complex in Russia. The authors analyze the main indicators of the development of the agricultural sector in Russia, assess the dynamics of the volume of agricultural production, the structure of agricultural products by category of farms, the volume of the employed population in agricultural sectors. The rating of regions by crop yields is presented. Particular attention is paid to a comparative analysis of the dynamics of Russian exports of agricultural products in modern conditions. The study is based on official statistics from the Ministry of Agriculture of the Russian Federation, the Federal State Statistics Service, and the Federal Customs Service.

Keywords: management of the agro-industrial complex, agricultural production, agriculture export of agro-industrial complex products, regional AIC ranking, digitalization

В результате санкционной политики зарубежных стран в аграрном секторе России появились новые принципиальные особенности в размещении сельскохозяйственного производства. Вместе с изменением размещения сельскохозяйственного производства, появляются необходимость новых управленческих компетенций.

Агропромышленный комплекс (АПК) России характеризуется высокой степенью неопределенности. Вспышка пандемии COVID-19 в 2020–2021 гг. стала проверкой российского АПК на возможность устоять внешним вызовам. После начала специальной военной операции (СВО) на Украине в отношении России последовали новые санкции, усложняющие деятельность аграриев. Среди появившихся проблем можно выделить: затруднение расчетов; логистические проблемы; изменения в условиях поставок; разрыв или пересмотр контрактов, срыв сроков; проблемы с поставками запчастей для имеющегося оборудования.

Однако, несмотря на проблемы, АПК продолжает развиваться. Об активном развитии АПК в Российской Федерации свидетельствуют данные из таблицы 1.

Таблица 1

**Показатели развития
сельскохозяйственной отрасли России [составлено по: 4, 6]**

Показатель	2019	2020	2021	2022
Объем продаж по отрасли, млрд руб.	5801,4	6110,8	7572,3	8850,9
Доля в валовом внутреннем продукте (ВВП), %	3,4	3,6	4,5	4,3
Инвестиции в основной капитал АПК, млрд руб.	844,2	855,9	769,3	792,4

Согласно данным таблицы 1, показатель объема продаж по агропромышленной отрасли в 2019–2022 гг. имел положительную динамику, в 2022 г. показатель составил 8850,9 млрд руб., что является наибольшим показателем в 2019–2022 гг.

С 2019 по 2022 гг. инвестиции в основной капитал АПК увеличивались. В 2021 г. показатель инвестиций в основной капитал АПК сократился с 855,9 млрд руб. в 2020 г. до 769,3 млрд руб., что на 10 % меньше. Это связано с экономической ситуацией в стране и мире, с пандемией COVID-19. В 2022 г. наблюдается увеличение показателя до 792,4 млрд руб. Следовательно, больше средств будет направлено на модернизацию основных средств производства, повышение конкурентоспособность отечественных товаров.

В России продукцию сельского хозяйства собирают с трех категорий хозяйств: с сельскохозяйственных организаций, с хозяйств ферм, а также хозяйств населения. В таблице 2 представлено процентное распределение среди всех категорий хозяйств.

Таблица 2

Структура продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств в Российской Федерации 2018–2021 гг. [составлено по: 4, 9]

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Хозяйства всех категорий	100 %	100 %	100 %	100%	100 %
в том числе:					
сельскохозяйственные организации	56.5 %	57.7 %	58.5 %	59.2 %	60.4 %
хозяйства населения	31.0 %	28.6 %	26.6 %	25.4 %	23.4 %
крестьянские (фермерские) хозяйства	12.5 %	13.7 %	14.9 %	15.4 %	16.2 %

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что в структуре хозяйств в отрасли сельского хозяйства преобладают крупные сельскохозяйственные организации, на долю которых приходится 60,4 %.

Численность занятых в сельском хозяйстве указывает на количество трудовых ресурсов, задействованных в производстве продукции, данные свидетельствуют о развитии аграрного сектора. В таблице 3 приведена информация о численности занятого населения в отраслях сельского хозяйства в 2018–2021 гг.

Таблица 3

Численность занятого населения в отраслях сельского хозяйства в 2018–2021 гг. [составлено по: 8, 11, 12]

Показатель	2018	2019	2020	2021
Занятые – всего (тыс. чел./ %)	72 532/ 100	71 933/ 100	70 601/ 100	71 719/ 100
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство (тыс. чел.)	4 267	4 196	4 237	4 198
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство (в %)	5,9	5,8	6,0	5,9

Согласно данным таблицы 3, численность населения занятых в сельском, лесном хозяйстве, охоте, рыболовстве и рыбоводстве на протяжении 2018–2021 гг. остается на одном уровне. В рассматриваемый период существуют колебания на 0,1 %, то в сторону повышения, то понижения от общего процента занятых.

Одним из показателей развития АПК является обеспечение комплекса сельскохозяйственной техникой. В таблице 4 представлена информация о наличии и потребности в сельскохозяйственной технике в России в 2021 г.

Таблица 4

**Наличие и потребность в сельскохозяйственной технике
в России в 2021 г. [составлено по: 2, 10]**

Показатель	Вид техники		
	Тракторы	Зерноуборочные машины	Кормоуборочные комбайны
Наличие, тыс. шт.	428,6	122,5	15,6
Потребность, тыс. шт.	535	167,6	21,6
Дефицит, тыс. шт.	106,4	45,1	6
Обеспеченность, %	80,1	73,1	72,2

Согласно данным таблицы 4, обеспеченность сельскохозяйственной техникой в России составляет около 75 % в среднем по различным видам техники.

В 2022 г. объем производства сельскохозяйственной техники в Российской Федерации составил 250,6 млрд руб., что на 15,1 % больше, чем в 2021 г. Производство зерноуборочных комбайнов снизилось на 32 %, до 4,74 тыс. шт., кормоуборочных комбайнов – на 14 %, до 290 шт., сельскохозяйственных тракторов – на 1 %, до 6,2 тыс. шт.

В 2022 г. объем рынка сельхозтехники в Российской Федерации составил 389,4 млрд руб., что на 0,4 % меньше, чем за 2021 г. Доля российских производителей на нем составила 61 % [10].

После февраля 2022 г. и последующим введением антироссийских санкций предприятия сельхозмашиностроения РФ имели некоторые трудности с поставками комплектующих. Однако направлены усилия на решение такого рода проблем.

Стремительный рост мирового населения, а также ограниченность природных ресурсов делает необходимым использование удобрений в агропромышленном комплексе для получения максимально возможного урожая сельскохозяйственных культур. В таблице 5 проанализировано использование органических и минеральных удобрений в России в период 2019–2022 гг.

Таблица 5

**Использование удобрений в России
в 2019–2022 гг. [составлено по: 6]**

Показатель	2019	2020	2021	2022
Внесено органических удобрений, млн т	71,0	70,7	70,4	70,9
Площадь, удобренная органическими удобрениями, в % к общей посевной площади	9,5	9,4	9,6	9,2
Внесено минеральных удобрений в пересчете на 100% питательных веществ, млн т	2,74	3,08	3,34	3,43
Площадь, удобренная минеральными удобрениями, в % к общей посевной площади	61,1	66,9	71	72

Согласно данным таблицы 5, в 2022 г. под сельскохозяйственные культуры внесено на 0,7 % больше – 70,9 млн т.

Данные Росстата, свидетельствуют о том, что чаще удобрения используют для подкормки зерновых и зернобобовых – 29,2 млн т, – на втором месте кормовые культуры – 21,5 млн т, – на третьем – технические культуры (12,9 млн т).

Объем производства сельскохозяйственной продукции в России с 2018–2022 гг. имеет тенденцию к росту (рисунок 1).

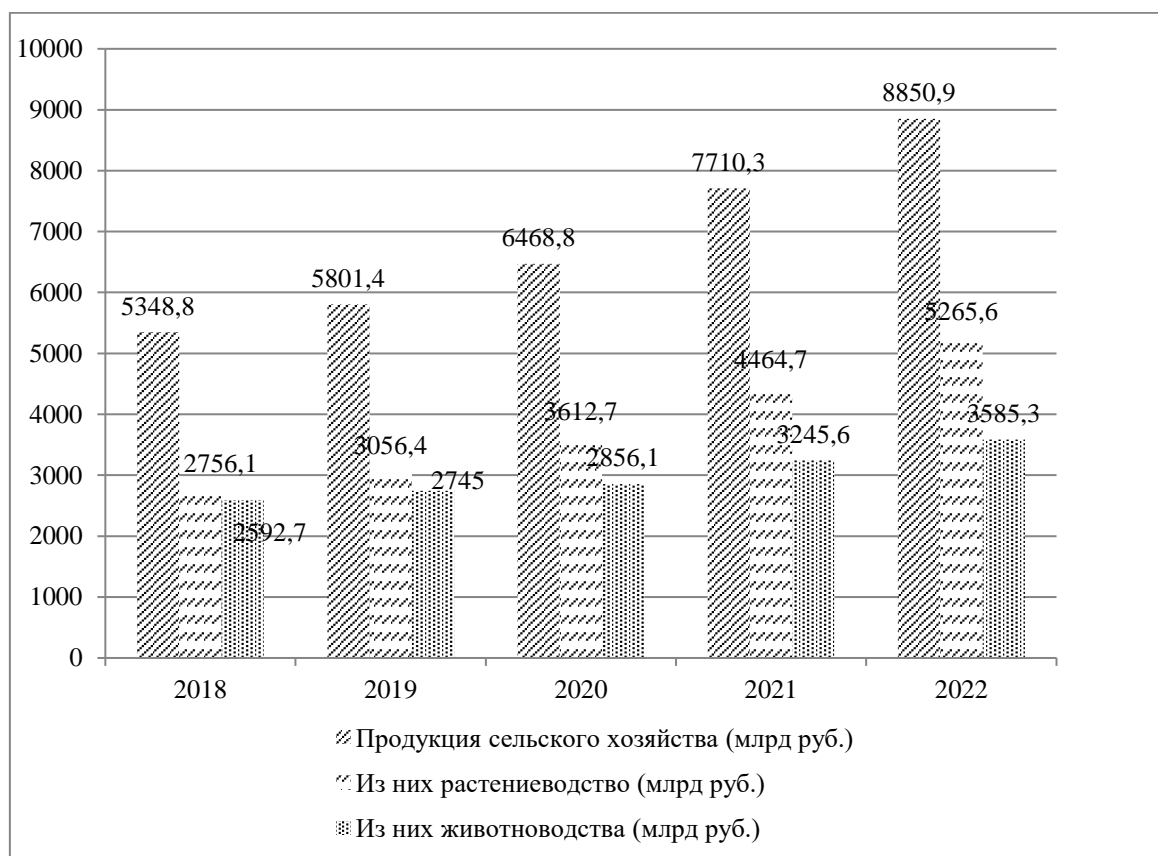


Рисунок 1 – Объем производства сельскохозяйственной продукции в России 2018–2022 гг. [составлено по: 1, 2, 4]

Из рисунка 1 можно сделать вывод о том, что по итогам 2022 г. (в ценах 2022 г.) объем производства сельскохозяйственной продукции составил 8,851 трлн руб. по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. – 7,71 трлн руб. показатель вырос на 13 %. Ведущей отраслью сельского хозяйства на территории Российской Федерации является растениеводство, поскольку его доля составляет больше половины всей продукции агропромышленного комплекса. Объем производства продукции отрасли растениеводства в России неуклонно растет с 2018 г., в 2022 г. объем увеличился на 15 % до 5,266 трлн руб. Один из самых главных факторов, повлиявших на увеличение показателей в растениеводстве – хорошая погода, и как следствие, в 2022 г. урожайность многих культур была выше. Производство продукции животноводства в России развивается динамично. В 2022 г. объем увеличился на 10 % до 3,585 трлн руб.

Растениеводство имеет наибольшие показатели по производству продукции и, следовательно, является ведущей отраслью АПК в России. Основными направлениями работы растениеводческой отрасли являются производство зерновых культур, картофеля, сахарной свеклы, подсолнечника, льна. В России сосредоточено около 10 % всех пахотных площадей планеты.

На рисунке 2 представлена динамика посевных площадей сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий Российской Федерации с 2018 по 2022 гг.

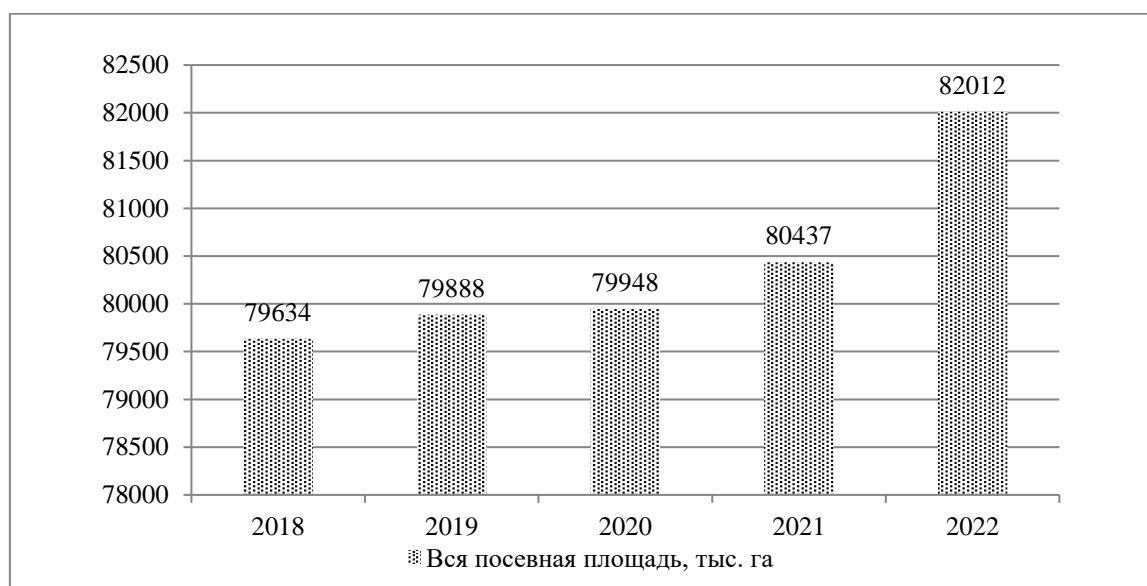


Рисунок 2 – Динамика посевных площадей сельскохозяйственных культур в Российской Федерации 2018–2022 гг. [составлено по: 6]

Согласно данным рисунка 2, размер посевных площадей в России под урожай 2022 г. вырос на 2,6 % по сравнению с показателем за 2021 г. и превысил 82 млн га.

В таблице 6 представлен рейтинг регионов по урожаю сельскохозяйственных культур в 2022 г.

Таблица 6

Рейтинг регионов по урожаю сельскохозяйственных культур в 2022 г.

Пшеница (всего 102,3 млн т)	
1 Ростовская область	13520 тыс. т, + 18 % к 2021 г.
2 Краснодарский край	10563 тыс. т, + 4,9 % к 2021 г.
3 Ставропольский край	7081 тыс. т, + 4,2 % к 2021 г.
4 Волгоградская область	6020 тыс. т, + 101 % к 2021 г.
5 Саратовская область	4866 тыс. т, + 134 % к 2021 г.
Рожь (всего 2,2 млн т)	
1 Башкирия	333 тыс. т, + 29 % к 2021 г.
2 Татарстан	297 тыс. т, + 103 % к 2021 г.
3 Саратовская область	175 тыс. т, + 38 % к 2021 г.
4 Оренбургская область	174 тыс. т, + 0,8 % к 2021 г.
5 Волгоградская область	143 тыс. т, + 164 % к 2021 г.
Ячмень (всего 23,5 млн т)	
1 Татарстан	1586 тыс. т, + 118 % к 2021 г.
2 Башкирия	1460 тыс. т, + 188 % к 2021 г.
3 Краснодарский край	1285 тыс. т, + 4,3 % к 2021 г.
4 Воронежская область	1182 тыс. т, - 4,4 % к 2021 г.
5 Ставропольский край	975 тыс. т, - 2,4 % к 2021 г.
Зернобобовые (всего 4,42 млн т)	

1 Ставропольский край	396 тыс. т, - 37 % к 2021 г.
2 Алтайский край	382 тыс. т, + 14 % к 2021 г.
3 Краснодарский край	285 тыс. т, - 18 % к 2021 г.
4 Новосибирская область	268 тыс. т, + 22 % к 2021 г.
5 Ростовская область	261 тыс. т, - 10 % к 2021 г.
Гречиха (всего 1,23 млн т)	
1 Алтайский край	742 тыс. т, + 24 % к 2021 г.
2 Башкирия	81 тыс. т, + 138 % к 2021 г.
3 Орловская область	61 тыс. т, + 26 % к 2021 г.
4 Новосибирская область	55 тыс. т, + 27 % к 2021 г.
5 Кемеровская область	29 тыс. т, + 4,7 % к 2021 г.
Рис (всего 0,79 млн т)	
1 Краснодарский край	583 тыс. т, - 22 % к 2021 г.
2 Дагестан	129 тыс. т, + 8,2 % к 2021 г.
3 Ростовская область	78 тыс. т, - 14 % к 2021 г.
4 Адыгея	50 тыс. т, + 0,8 % к 2021 г.
5 Астраханская область	39 тыс. т, + 17 % к 2021 г.

Источник: составлено автором согласно [2]

Значительную роль в развитии агропродовольственного сектора России занимает животноводство. Отрасль способствует не только обеспечению населения продуктами питания животного происхождения, перерабатывающую промышленность сырьем, круглогодичный доход от реализации продукции, но и устойчивому развитию сельских территорий.

Российская Федерация обеспечивает продукцией АПК не только своё население, но и осуществляет поставки продовольствия за границу. Россия является одним из крупнейших в мире экспортёров, благодаря большим площадям плодородных земель и благоприятным климатическим условиям для их возделывания страна обладает необходимыми ресурсами. В 2022 г. наблюдается позитивная динамика аграрного экспорта. Вывоз продукции АПК вырос на 12 % по сравнению с 2021 г.

Россия в рейтинге мировых экспортёров продовольствия находится на 17 месте. В 2022 г. экспорт сельхозпродукции составил 41,6 млрд долл.

На рисунке 3 представлена динамика экспорта продукции АПК России 2017–2022 гг.

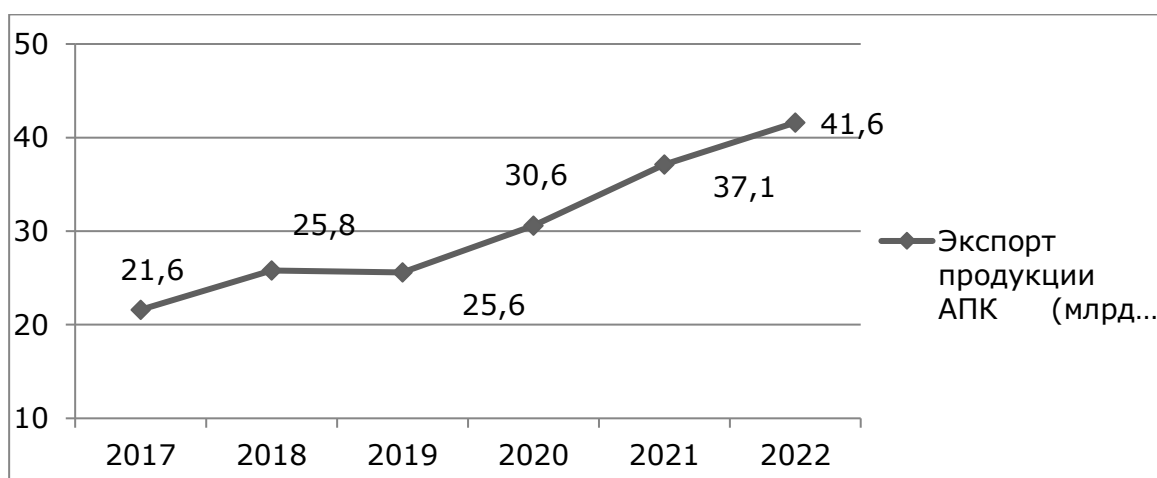


Рисунок 3 – Экспорт продукции АПК 2017–2022 гг. [составлено по: 7]

Согласно рисунку 3 экспорт продукции АПК России имеет положительную динамику. Российская Федерация в 2022 г. экспортировала сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров на 41,6 млрд долл.

На рисунке 4 представлена структура экспорта продукции АПК России в 2022 г.

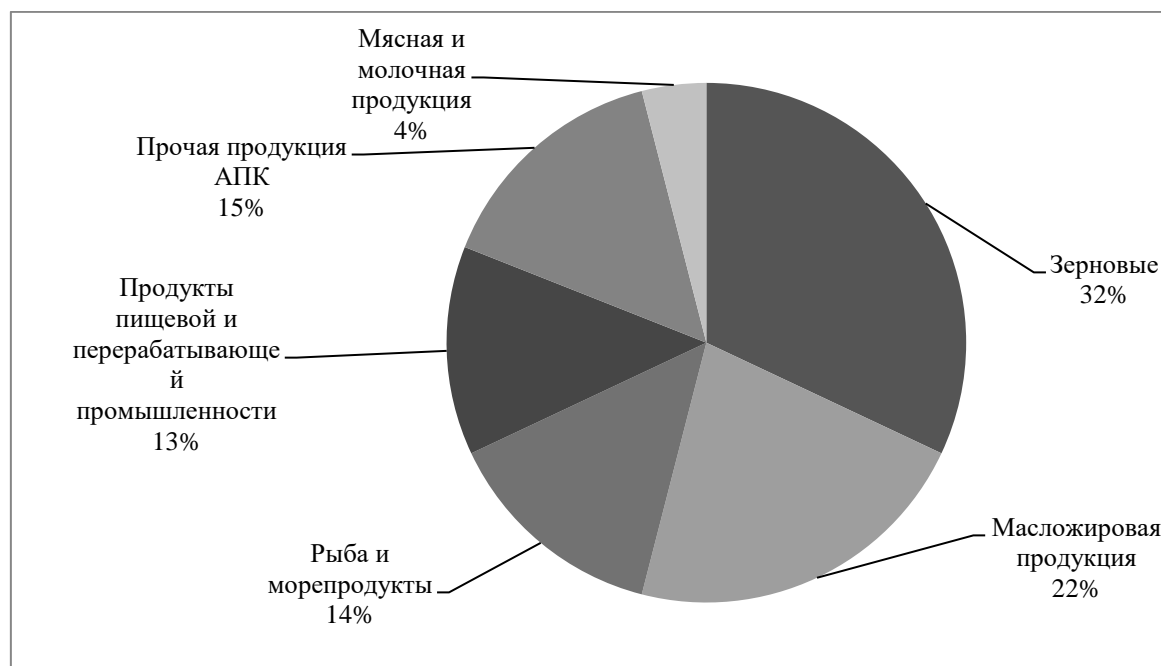


Рисунок 4 – Структура экспорта продукции АПК России в 2022 г. составлено по: 7]

Согласно данным, представленным на рисунке 4, наибольшую долю в стоимостном объеме по итогам 2022 г. занимает экспорт зерновых – 32 %. На втором месте в структуре экспорта следует масложировая продукция 22 %, третье место – прочая продукция АПК 15 %. Рыба и морепродукты занимают 14 % от общего объема, продукция пищевой и перерабатывающей промышленности – 13 %. Меньше всего экспортируется мясная и молочная продукция – 4 %.

Одним из основополагающих факторов развития агропромышленного комплекса России в рамках инновационного развития являются ускоренные темпы цифровизации, внедрение и развитие которой требует разработки новых отраслевых и государственных мер.

В соответствии с данными Министерства сельского хозяйства, наша страна занимает 15 место в мире по уровню цифровизации сельского хозяйства, а комплекс областей деятельности, которые относятся к технологиям создания, хранения и обработки информационных данных с применением компьютерной техники и технологий, оценивается в 360 млрд рублей. Несмотря на увеличение показателей отечественного сельскохозяйственного производства за счет импортозамещения, эффективность отечественного сельского хозяйства значительно ниже, чем у крупнейших экономик мира.

В развитых и близких к этому статусу странах современными цифровыми технологиями пользуются уже почти 70 % хозяйств. Опыт зарубежных стран по внедрению современных цифровых технологий в управление развитием агропромышленного комплекса может быть полезен и адаптирован для российских условий (таблица 7).

Зарубежный опыт использования цифровых технологий в АПК

Страна	Опыт
Германия	<p>Одним из приоритетных направлений развития сельского хозяйства в Германии является использование современных цифровых информационных и коммуникационных технологий. Благодаря программе финансирования «Land.Digital» Федеральное министерство продовольствия и сельского хозяйства разрабатывает цифровые изменения в сельской местности, создает модели и практические концепции в рамках федеральной программы развития сельских территорий. Государственная политика в сфере цифровизации АПК заключается в поиске заинтересованных лиц, которые хотят улучшить жизнь в стране за счет разумного использования информационных и коммуникационных технологий.</p> <p>Наиболее распространенной инновационной разработкой являются тепличные производства, которые с помощью ИТ-технологий осуществляют контроль микроклимата, метеорологическое прогнозирование, защиту растений, а также использование сельскохозяйственной техники с GPS-управлением, дронов-опылителей, облачное хранилище данных для удобрений и др.</p>
США	<p>США являются лидерами по цифровизации экономики, в частности во внедрении цифровых технологий в сельском хозяйстве. Государственная политика в сфере развития цифровизации сфокусирована на разных направлениях цифровых инструментов поддержки, к ним относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – точное земледелие – это система управления продуктивностью посевов, основанная на использовании комплекса спутниковых и компьютерных технологий; – развитие системы учета и управления данными; – расширение поддержки информационных технологий и др. <p>Важно отметить, что при высоком уровне развития цифровых технологий, в США уделяют особое внимание вопросу распространения интернета для всех сельских территорий страны, выделяя данный вопрос как основу для развития цифровизации в экономике в целом.</p>
Нидерланды	<p>Цифровые технологии и инновации позволили Нидерландам добиться больших успехов в увеличении производительности в сельском хозяйстве. Учитывая площадь, а также погодные и природные условия современные цифровые технологии позволили стране стать лидером по экспорту сельскохозяйственной продукции.</p> <p>Внедрение инновационных подходов в сельскохозяйственном производстве привели к:</p> <ul style="list-style-type: none"> – увеличению урожайности овощей на 28 %; – снижению потребляемой энергии на 6 %; – сокращению количества удобрений на 29 %; – рациональному использованию воды для выращивания культур на основе использования голландских методов позволяет снизить ее потребление на 90 %.
Китай	<p>Китай, согласно данным Всемирной организация интеллектуальной собственности, занимает ведущие строчки мировых рейтингов по внедрению роботизированных платформ, которые успешно использует для сельского хозяйства.</p> <p>Умные технологии позволяют ограничивать использование водных ресурсов, так как специальные датчики и системы способны распознавать и регулировать подачу необходимого количества воды. Технологии позволяют сделать точный расчет количества удобрений, что благоприятно влияет на плодородие почв, сохраняя от засух или эрозии.</p>

Страны, которые активно используют современные цифровые технологии в управлении развитием агропромышленного комплекса, способны увеличить производительность агросектора, а также максимизировать имеющиеся у страны ресурсы.

На современном этапе цифрового преобразования АПК в России необходима реализация процесса системной интеграции компьютерных средств, информационных и коммуникационных технологий в рамках процессов управления, а также использование инструментов цифровой экономики в решении производственных и технологических задач, к которым относятся следующие направления:

- использование спутниковых систем навигации и контроля;
- использование технологии, изучающей способы обучить компьютер, роботизированную технику, аналитическую систему мыслить аналогично человеку;
- специальные технические средства и вспомогательное оборудование, предназначенные для увеличения производительности работ, сокращения объема ручного труда, направленные на разработку математических моделей и алгоритмов процесса перебора множества факторов, влияющих на результат в рамках в виртуальной и дополнительной реальности на всех уровнях управления.

Список использованных источников и литературы

1 Бареева И. А. Перспективы развития агропромышленного бизнеса в России и за рубежом / И. А. Бареева, А. А. Чистякова // Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке : Сборник научных статей VII Международной научно-практической конференции, Новокузнецк, 06–07 апреля 2021 года / Редколлегия: Е.В. Иванова (председатель) [и др.]. Том Часть 2 . – Новокузнецк: Сибирский государственный индустриальный университет, 2021. – С. 243–247.

2 Бюллетени о состоянии сельского хозяйства // Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11110/document/13277>.

3 Бюллетень «Обзор торговой политики в странах Восточной Европы, Кавказа и Центральной Азии» // Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций: официальный сайт. URL: <https://www.fao.org/3/cc6091ru/cc6091ru.pdf>.

4 Бюллетень «Основные показатели сельского хозяйства в России в 2021 году» // Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13276>.

5 Володин, В. М. Особенности развития сельского хозяйства в условиях глобализации / В. М. Володин, И. А. Бареева // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 6(155). – С. 691–699.

6 Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство // Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy.

7 Обзор экспорта продукции АПК // Федеральный центр развития экспорта продукции АПК Минсельхоза России: официальный сайт. URL: <https://aemcx.ru/export/rusexport/>.

8 Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). 2022 Стат.сб./Росстат. – М., 2022. – 151 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Rab_sila_2022.pdf.

9 Сельское хозяйство в России. 2021: Стат.сб./Росстат – С 29 М., 2021. – 100 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/S-X_2021.pdf.

10 Состояние и перспективы развития производства сельскохозяйственной техники в Российской Федерации // Российская ассоциация производителей специализированной техники и оборудования «Росспецмаш»: официальный сайт. URL: <https://atf.rosspetsmash.ru/upload/iblock/d5d/babkin.pdf>.

- 11 Труд и занятость в России. 2019: Стат.сб./Росстат М., 2019. 135 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Trud_2019.pdf
- 12 Труд и занятость в России. 2021: Стат.сб./Росстат – М., 2021. – 177 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Trud_2021.pdf.

УДК 338.242.4:65.012.4
DOI 10.58551/20728115_2023_10_23

РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ МЕНЕДЖЕРА В СИСТЕМЕ ФАКТОРОВ РОСТА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КОМПАНИИ

Борис Ольга Александровна

Доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента,
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

E-mail: oboris@ncfu.ru

Парахина Валентина Николаевна

Доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента,
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

E-mail: v-parahina@mail.ru

Мелкумян Эльза Норайровна

Студентка кафедры менеджмента,
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

E-mail: elza.melkumyan@bk.ru

В статье рассматриваются сущность и классификация компетенций менеджера, которые являются важными факторами развития инновационного потенциала отечественных компаний. Исследование посвящено последовательному раскрытию вопросов современного менеджмента, связанных с углубляющимся его влиянием на развитие инновационного потенциала компании. На основе проведения монографического исследования рассмотрены отдельные аспекты особенностей развития и роли менеджмента на предприятиях и в организациях в условиях формирования инновационной модели российской экономики. Для формирования современной компетентностной модели управления развитием инновационного потенциала компании использовались элементы социологического метода, анкетного опроса и интервьюирования, а также экономико-статистического моделирования. В статье описаны новейшие тенденции в теории и практике менеджмента, в частности выход на первое место цифровых компетенций «человеческого фактора» в связи с инновациями нового технологического уклада и дистанционными формами занятости.

Ключевые слова: менеджмент, менеджер, компетенции менеджера, сущность и классификация, цифровизация, компетентностный подход, инновационный потенциал, инновационное развитие, человеческий капитал.

MANAGER'S COMPETENCIES AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE COMPANY'S INNOVATIVE POTENTIAL

Boris Olga Alexandrovna

Doctor of Economics, Professor of the Management Department,
North Caucasus Federal University

E-mail: oboris@ncfu.ru

Parakhina Valentina Nikolaevna

Doctor of Economics, Professor of the Management Department,
North Caucasus Federal University

E-mail: v-parahina@mail.ru

Melkumyan Elza Norairovna

Student of the Management Department, North Caucasus Federal University

E-mail: elza.melkumyan@bk.ru

The article discusses the essence and classification of manager's competencies, which are important factors in the development of the innovative potential of domestic companies. The study is devoted to the consistent disclosure of modern management issues related to the deepening influence on the development of the company's innovative potential. On the basis of a monographic study, some aspects of the features of development and the role of management in enterprises and organizations in the conditions of the formation of an innovative model of the Russian economy are considered. To form a modern competence-based model for managing the development of the company's innovative potential, elements of the sociological method were used, questionnaire survey and interviewing, as well as economic and statistical modeling. The article describes the latest trends in the theory and practice of management, in particular, the emergence of digital competencies of the "human factor" in the first place in connection with the innovations of the new technological order and remote forms of employment.

Keywords: *management, manager, manager's competencies, essence and classification, digitalization, competency-based approach, innovative potential, innovative development, human capital.*

Выявление и развитие потенциала сотрудников - это одна из ключевых задач высшего руководства любой организации. В наше время растет спрос на лидеров, которые способны добиться успеха в сегодняшнем неустойчивом, неопределенном, сложном и неоднозначном мире.

Менеджмент оказался большой социальной инновацией XX века и стал источником дальнейшего прогресса. Он положил начало развитию организационных наук, выходу на первое место «человеческого фактора». Благодаря направлению человеческой энергии, инициативы, интеллекта в нужном русле, менеджмент стал источником удивительных результатов.

Ключевое изменение в системе менеджмента связано с тем, что кадры становятся важнее бизнес-процессов, то есть именно личностные изменения становятся ключевым фактором успеха и эффективности современного менеджмента.

Очевидно, что современные условия требуют от руководителя разработать последовательный и интегрированный подход к развитию как персональной, так и межличностной эффективности.

Деятельность субъектов хозяйствования в соответствии с вызовами времени требует от них внедрения новых технологий, автоматизированного производства, усовершенствованной организации производства и тому подобного. Все это многократно усиливает потребность предприятий в профессиональных, творческих, предприимчивых, мотивированных, способных быстро адаптироваться к новым современным условиям работников. То есть инновационное развитие предприятий требует привлечения активного персонала, который способен развивать экономику и наделен достаточным инновационным потенциалом (инновационными способностями, знаниями, навыками, опытом, возможностями, желанием осуществлять инновационную деятельность). Однако в реальности на предприятиях существует существенный дефицит таких работников, которые достаточно компетентны для

продуцирования, привлечения и внедрения инноваций. Человекоцентризм в настоящее время играет решающую роль в инновационной деятельности. В поиске конкурентных преимуществ субъекты хозяйствования стремятся спаривать талантливых, креативных, инновационно компетентных работников, а следовательно, спрос на них постоянно растет. Поэтому управление инновационным потенциалом персонала предприятий требует развития на основе компетентностного подхода, который призван сформировать модель профессионального поведения работников, направленную на углубление их инновационных компетенций.

Слово «компетенция» имеет латинское происхождение (от «взаимно стремлюсь», «отвечаю», «подхожу») и означает хорошую осведомленность в чем-то; круг вопросов, в решении которых лицо имеет определенные полномочия, знания, опыт. Большинство ученых утверждают, и мы согласны с ними, что компетенции можно считать знаниями и навыками, которые применяются на практике. Антонов В.Г., Купцова Е.В., Купцова Е.С. под компетенцией персонала понимают «единство знаний, способностей действовать, тактик поведения, определяемых установленной целью, поставленными задачами и содержанием реальных ситуативных обстоятельств» [1]. По мнению Брайченко А.А. компетенции следует рассматривать как «интегрированную поведенческую модель, охватывающую знания, навыки, отношение, личностные черты и мотивацию, необходимые для наилучшего выполнения определенных трудовых задач, функций, обязанностей» [4]. По мнению Дубовой Е.И. компетенции работника нужно рассматривать как интегральную модель профессионального поведения, синтезирующую субъективную составляющую (врожденные способности и интеллектуальные и психофизические возможности индивида) и объективную составляющую (приобретенные профессиональные и социальные характеристики) [7]. Следовательно, компетенция проявляется через совокупность поведенческих индикаторов, демонстрирующих возможное профессиональное поведение работников при определенных условиях, исходя из особенностей производственной, управленческой и других видов деятельности.

Считаем, что понятие «компетенция» нельзя отождествлять с понятием «компетентность». «Компетентность» трактуется как осведомленность, авторитетность [5]. По мнению Гурджиян В.Л., категорию «компетентность» в отношении индивида нужно применять в двух аспектах: для характеристики способности выполнять определенную работу компетентно (в соответствии с требованиями); для характеристики совокупности действий, совершаемых индивидом [5]. Компетентность рассматривается как способность лица успешно социализироваться, учиться, осуществлять профессиональную деятельность, которая возникает на основе динамической комбинации знаний, умений, навыков, способов мышления, взглядов, ценностей, других личных качеств [13]. Как отмечают Толочек В.А. и Машкова А.С., компетентность для целей Национальной рамки квалификаций определяется как способность лица к выполнению определенного вида деятельности, выражаемая через знания, понимание, умения, ценности, другие личные качества [13]. По мнению Дубовой Е.И., компетентностью работника является совокупность субъективных и объективных компетенций, которые формируют его конкурентоспособность в рамках конкретной должности в конкретной компании и на рынке труда в целом [7].

В работе Брайченко А.А. предложен алгоритм процесса развития персонала на основе компетентностного подхода, который определяет предметную сферу распространения компетентностного подхода в следующей последовательности: обучение, продвижение (карьеру) и оценивание компетентностей работников. Также он включает «определение показателей результативности труда и их разрыва с целями, разработку и внедрение программ развития компетентностей, мониторинг и оценивание совершенства имеющихся компетенций» [4]. Соглашаясь с автором, считаем, что в аспекте исследования развития инновационного потенциала персонала предприятия наличие компетенций является тем критерием, по которому определяется круг работников, инновационные способности и возможности которых нужно углублять и/или расширять. Однако

считаем, что последовательность элементов предметной сферы распространения компетентностного подхода по развитию инновационного потенциала персонала предприятия должна быть такова: обучение, оценивание компетентностей, продвижение. Поскольку по результатам обучения и развития компетенций нужно оценивать инновационную компетентность работников. В случае достаточного уровня для выполнения сложных задач в инновационной деятельности, имеющих лидерских способностей возникает возможность карьерных перемещений.

Профессиональная успешность и эффективность труда менеджера в современных условиях определяются уровнем его управленческой и лидерской компетенций. Управленческая компетенция - это знания и навыки, которые позволяют менеджеру успешно и эффективно влиять на уровни управления системой, процессом, персоналом для достижения целей организации. Лидерская компетенция - это знания и навыки, которые позволяют менеджеру осуществлять изменения и вдохновлять на них работников.

В частности, личностные компетенции характеризуют способности, которые являются основой самоменеджмента и обеспечивают возможность быть лидером в коллективе. К наиболее значимым компетенциям эксперты причислили: трудолюбие и настойчивость, личный пример, умение вести команду за собой, авторитетность.

Профессиональные компетенции очерчивают готовность и возможность человека на основе специальных (профессиональных) знаний, умений и навыков эффективно выполнять непосредственные функциональные обязанности. Среди наиболее значимых эксперты выделяют профессионализм, готовность взять на себя ответственность за развитие коллектива.

Социально-психологические компетенции характеризуют способность лидера эффективно взаимодействовать с командой в системе межличностных отношений. Среди этих компетенций эксперты выделяют следующие: умение обеспечивать конструктивную обратную связь с целью достижения взаимопонимания между членами команды и умение креативно мыслить; умение вести за собой команду.

Коммуникативные компетенции предусматривают овладение сложными коммуникативными навыками и умениями. В этой группе компетенций эксперты выделили умение эффективно вести процесс переговоров и устанавливать интересы участников. Поэтому лидерам необходимо налаживать коммуникативные связи так, чтобы влиять на подчиненных и направлять их энергию на достижение корпоративных целей.

Недооценка необходимости формирования «мягких» компетенций лидеров увязано с негативными тенденциями, определяющими слабое развитие инновационного потенциала российских компаний [14], их исследование позволит улучшить понимание причин и условий обеспечения устойчивости экономической динамики.

Исследование "мягких" и профессиональных компетенций лидеров нацелено на выявление совокупности мотиваторов инновационного предпринимательства и уровня их влияния на потенциал фирм в современных условиях высокой нестабильности выполнено с помощью социологических методов анкетного опроса и интервьюирования, в основу которых положено ранее проведенное исследование инновационной активности молодого поколения [3]. При этом, исходя из того, что, «одним из важных индикаторов склонности к ... предпринимательству является мотивация, лежащая в основе предпринимательской деятельности» [8], именно мотивационная компетентность значительно усиливает инновационный потенциал компаний.

Изначально в работу приняты утверждения, подтвержденные указанным исследованием с учётом особенностей формирующегося инновационного потенциала компаний:

- в настоящее время возникли предпосылки [2, 6] для устойчивого развития инновационной экономики в России;
- заинтересованность в развитии собственного дела определяет более активный поиск новых методов его ведения;

– мотивационный механизм, в основе которого лежит «получения доходов и их накопление», в настоящее время определяет инновационную компоненту развития.

При формировании мотивационной компоненты инновационного потенциала важно разделить внешние и внутренние факторы влияния на лидеров-предпринимателей и их сгруппировать по интенсивности воздействия, что даст основу к активизации развития инновационного потенциала компаний в непростых российских бизнес-условиях современности.

Мотивационные компетенции руководителей-лидеров, как способность обеспечивать рост инновационного потенциала и эффективное его использование, сформулированы на основе анализа ряда публикаций [1, 2, 4, 6, 7, 13]. Оценка уровня их развития дана с помощью анкетирования бизнес-лидеров, обучающихся менеджменту в рамках Президентской Программы подготовки управленческих кадров. Результаты даны в таблице 1.

Таблица 1

**Оценка уровня мотивационной компетентности лидеров
(по результатам опроса слушателей Президентской Программы подготовки управленческих кадров, реализуемой в СКФУ)
(разработано авторами)**

Группа факторов компетентности	Наименование фактора компетентности	Количество ответов по вариантам*			Сумма баллов в по фактору	Оценка уровня мотивационной компетентности	Средняя величина мотивационной компетентности по группе
		1 (1 балл)	2 (0,5 балла)	3 (0 баллов)			
Внешняя	1. Способность организовать и вести своё дело на базе высокого уровня бизнес-подготовки и опыта	13	22	0	24,0	0,686	0,667
	2. Понимание высокой общественной ценности инновационного бизнеса и уверенность в его системной поддержке властью	7	15	13	14,5	0,414	
	3. Возможность получить достойный уровень дохода	28	7	0	31,5	0,900	
Внутренняя	1 Желание быть независимым и уверенность в успехе собственного дела	14	6	15	17,0	0,486	0,557
	2. Стремление быть лидером инновационного бизнеса и высокая оценка его значения	8	14	13	15,0	0,429	
	3 Желание иметь высоко содержательную работу для реализации своего творческого потенциала и новаторских идей	19	15	1	26,5	0,757	
Средняя оценка							0,612

*Оценка ответов респондентов: 1 – согласен (1 балл); 2 – скорее да, чем нет (0,5 балла); 3 – нет, скорее нет, чем да (0 баллов)

Факторы мотивационной компетентности включают:

1) группу внешних ориентаций руководителя-лидера:

– способность организовать и вести своё дело на базе высокого уровня бизнес-подготовки и опыта (1);

– понимание высокой общественной ценности инновационного бизнеса и уверенность в его системной поддержке властью (2);

– возможность получить достойный уровень дохода (3);

2) группа внутренних ориентаций руководителя-лидера:

– желание быть независимым и уверенность в успехе собственного дела (1);

– стремление быть лидером инновационного бизнеса с высокой оценкой его значения (2);

– желание иметь высоко содержательную работу для реализации своего творческого потенциала и новаторских идей (3).

Названный перечень – укрупнённый, он представляет интеграцию ранее полученных различными авторами оценок [1,2].

Из полученных выше оценок видно, что наиболее важной и сильной компетенцией лидеров Президентской Программы является "возможность получить достойный уровень дохода" (0,900) и "желание иметь высоко содержательную работу для реализации своего творческого потенциала и новаторских идей" (0,757), при этом в анализируемой группе нет явно выраженных «вынужденных» предпринимателей, поэтому различия в оценке внешних и внутренних мотиваторов не высоки: внешняя мотивационная компетенция выше средней на 9%, а внутренняя, соответственно, на 9% ниже. При этом самый значимый внешний мотиватор (достойный доход - 0,90) выше наименее влиятельного (общественная значимость инновационного бизнеса - 0,41) на 54%. Аналогичная разница по внутренним мотиваторам не так значительна: содержательная работа (0,757) значимее стремления быть инновационным лидером (0,426) на 43%.

У лидеров, которые делом своей жизни считают инновационный бизнес, показатели, определяющие внутреннюю мотивацию, достаточно высоки, они приближаются к уровню внешней мотивации, что наглядно видно на диаграмме мотивационной компетентности лидеров инновационных компаний (рисунок 1).

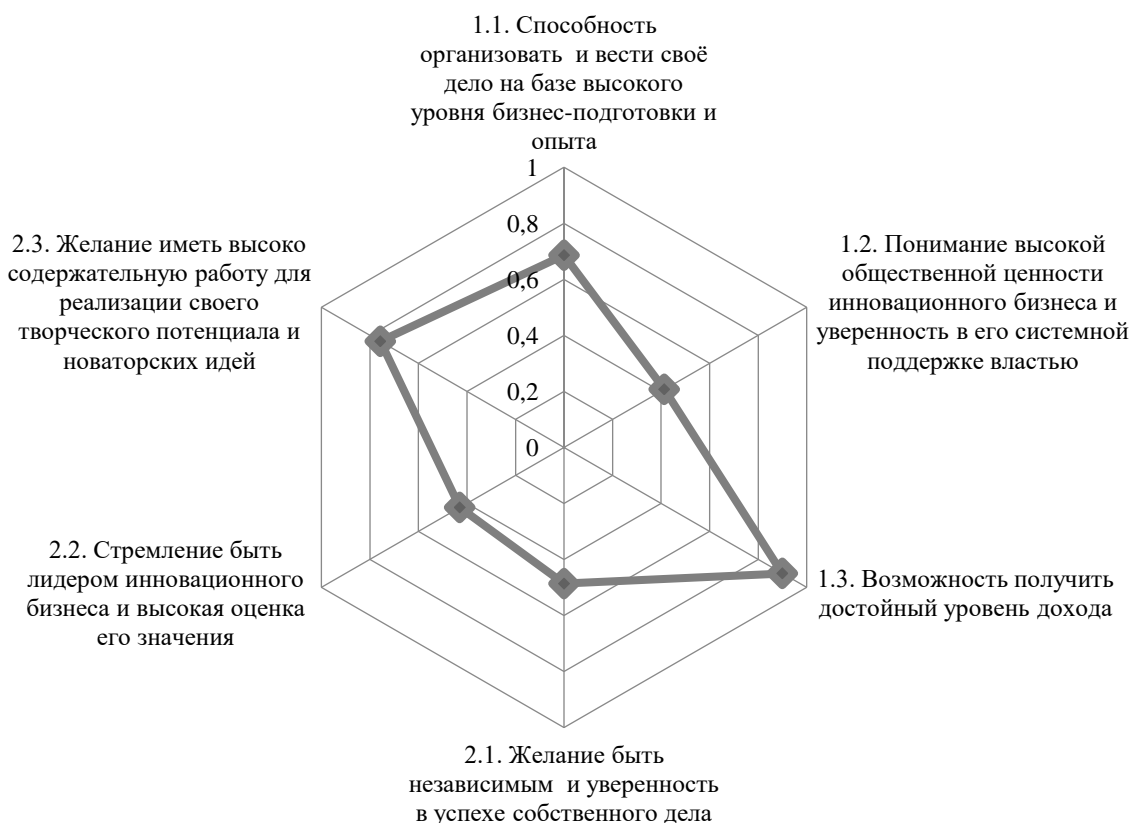


Рисунок 1 – Диаграмма мотивационной инновационной компетентности лидеров (разработано авторами)

Конкретизация оценок по отдельным факторам позволяет сформировать механизм необходимого управленческого воздействия власти и бизнеса, а также общества и образовательных организаций на компетентностный и мотивационный уровень лидеров инновационных компаний.

В целом уровень мотивации лидеров Ставропольского края (в нашей работе – это слушатели Президентской программы подготовки управленческих кадров) – высокий, он составляет 0,612, т.е. составляет более 60% от максимально возможной мотивационной компоненты инновационного потенциала компаний.

О высоком инновационном внутреннем компетентностном потенциале свидетельствует достаточно высокое стремление лидеров к реализации своего творческого потенциала и новаторских идей.

Интересными с позиций развития инновационного потенциала компании являются результаты социологического опроса студентов Центром мониторинга общественного мнения Северо-Кавказского федерального университета, в котором приняло участие около 3 тыс. человек – представителей всех регионов СКФО в возрасте 18-35 лет. В этом исследовании изучались движущие мотивы молодёжи в приобретении профессиональных компетенций. Выяснено, что респондентами движут возможность трудоустройства после вуза (77%), высокий уровень качества обучения (61%), получение жилья (51%), самореализация (36%), открытие своего дела (31%) [12].

Анализ полученных данных показывает, что мнение молодых предпринимателей значимо расходятся по компетенции, состоящей в стремлении быть инновационным лидером и создать собственное дело (коэффициент вариации составляет более 50%).

Как подтверждают результаты многих исследований [1,2,7,13,14], мотивационная компетенция инновационного потенциала предпринимателей во многом формируется факторами внешней мотивации, хотя во многих теориях менеджмента декларируется приоритет внутренних побуждений для новаторов.

Для активизации и эффективного использования инновационного потенциала согласно результатам проведенного исследования необходимы следующие методы инновационного менеджмента компании:

- экономические (поддержка высокого уровня доходности инновационного бизнеса, в том числе и за счёт льгот в области налогообложения);
- управленческие (подсистема компетентностного роста, постоянного самосовершенствования персонала);
- правовые (юридическая поддержка при создании собственного бизнеса и его защита от коррупционных проявлений);
- общественно-политические (формирование в обществе понимания высокой значимости инновационного бизнеса).

Итак, можно подвести итог, что существуют разные взгляды на сущность компетентностного подхода в менеджменте. Беря их за основу, можно сформировать взгляд на компетентностный подход для применения его в управлении инновационным потенциалом персонала предприятия. Относительно предмета исследования в данной статье, компетентностный подход является управленческим инструментом в системе развития инновационного потенциала предприятия. Понимание компетентностного подхода определяется общей идеей исследования такого развития через приобретение, расширение, углубление необходимых компетентностей и формирование поведенческой модели персонала в инновационной деятельности.

Поскольку компетентность неотделима от работника и не зависит от должности или рабочего места, то развитие инновационного потенциала персонала целесообразно проводить в отношении того персонала, который имеет желание развиваться и потенциально способен продуцировать и внедрять инновации. Как видно из проведенного анализа, компетентностный подход рассматривается как концепция управления, поведенческая модель, в которой в качестве базового механизма располагаются мотивационные инструменты.

По нашему мнению, компетентностный подход, в первую очередь, нужно рассматривать именно как мотивационный инструмент, с помощью которого происходит процесс управления инновациями, что обеспечивает высокий уровень инновационного потенциала компании.

Список использованных источников и литературы

1. Антонов В.Г., Купцова Е.В., Купцова Е.С. Модель профессиональных компетенции менеджеров как фактор конкурентоустойчивости организации // Экономика и предпринимательство. 2022. № 1 (138). С. 1470-1475.
2. Борис О.А., Устаев Р.М., Никулина А.В., Алиева В.С. Исследование региональной системы молодежного предпринимательства и её трансформация в инновационную модель, адекватную современным условиям: монография. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2022. 255 с.
3. Boris O., Ustaev R., Nikulina A. Obstacles to the Effective Development of Russian Youth Entrepreneurship in Modern Conditions // International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies. 2021. № 12. Pp. 1-9.
4. Брайченко А.А. Исследование трактовок компетенций эффективного менеджера // В сборнике: Идеи и проекты молодежи России. материалы II Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 5-10.
5. Гурджян В.Л. Проблемы формирования компетенций в области экономики и управления при подготовке кризис-менеджеров // Инновационное развитие экономики. 2018. № 5 (47). С. 341-346.
6. Долгорукова И.В. Факторы развития молодежного предпринимательства в современной России // Социальная политика и социология. 2019. Т. 18. № 2 (131). С. 26-34.
7. Дубова Е.И. Компетенции конкурентоспособного менеджера XXI века // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. 2019. № 21. С. 117-120.
8. Костенко Н.В., Никифорова Е.П. Новгородчина: «портрет» социального предпринимателя // BENEFCIUM. 2019. № 1(30). С. 17-25.
9. Мельников М.С. Образовательные технологии в развитии молодежного предпринимательства [Электронный ресурс]// Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук. 2013. Режим доступа: <http://economy-lib.com/kompleksnaya-otsenka-faktorov-razvitiya-molodezhnogopredprinimatelstva-v-universitetskoj-srede> (дата обращения: 08.09.2022)
10. Мельникова Е.Н. Влияние программ государственной поддержки на развитие инновационного предпринимательства в России // BENEFCIUM. 2019. № 4(33-34). С. 24-41.
11. Молодежное предпринимательство: проблемы и решения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/252839363> (дата обращения: 15.02.2023)
12. Официальный сайт АНО ИРЦ «Гражданское партнерство» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sk-news.ru/> (дата обращения: 22.12.2022).
13. Толочек В.А., Машкова А.С. Компетенции менеджеров: факторы «необходимости и достаточности» в описании и объяснении феномена // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. 2020. Т. 9. № 3 (35). С. 249-262.
14. Устаев Р.М., Борис О.А. О проблемах и перспективах предпринимательства в молодежной среде в современных реалиях пандемии коронавируса // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2021. № 6 (87). С. 149-157.

УДК 332

DOI 10.58551/20728115_2023_10_31

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭКОСИСТЕМНОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ ПРОМЫШЛЕННЫМ ХОЛДИНГОМ

Крохалев Константин Владимирович

Аспирант, ФГБОУ ВО «Пермский национальный исследовательский
политехнический университет»

E-mail: Kkb1995@yandex.ru

В статье рассматриваются перспективы внедрения экосистемного подхода в управление промышленным холдингом. Дается краткая характеристика данной экономической категории. Обоснована актуальность данного исследования, в связи с реализацией целей по экологической ответственности.

Рассмотрены основные преимущества данного подхода и препятствия, которые не дают в полной мере реализовать экосистемный подход в управлении промышленным холдингом.

Доказано, что внедрение данного подхода во многом будет зависеть от государственного регулирования, а также правильного использования инструментов организационного и управленческого характера в рамках промышленного холдинга.

Выявлено, что для успешной работы необходимо оптимизировать организационную структуру управления, способствующую сотрудничеству, инновациям и открытости.

Таким образом, внедрение экосистемного подхода в управлении промышленным холдингом в перспективе будет способствовать повышению эффективности бизнеса, снижению экологических рисков и достижению конкурентного преимущества в условиях изменяющегося рынка и технологий.

Ключевые слова: инновации, экосистемный подход, экологическая ответственность, цифровая трансформация экономики, промышленных холдинг.

PROSPECTS FOR THE INTRODUCTION OF AN ECOSYSTEM APPROACH IN THE MANAGEMENT OF AN INDUSTRIAL HOLDING

Krokhalev Konstantin Vladimirovich

Postgraduate student,
Perm National Research Polytechnic University

E-mail: Kkb1995@yandex.ru

The article discusses the prospects for the introduction of an ecosystem approach to the management of an industrial holding. A brief description of this economic category is given. The relevance of the implementation of this approach in the management of an industrial holding in connection with the implementation of environmental responsibility goals is substantiated.

It is proved that the implementation of the ecosystem approach will largely depend on state regulation, which presupposes the correct use of organizational and managerial tools. The main obstacles that slow down the process under study in the regions of Russia are considered.

It is revealed that for the successful implementation of this process, it is necessary to create a positive organizational culture that promotes cooperation, innovation and openness.

Thus, the introduction of an ecosystem approach in the management of an industrial holding in the future will contribute to improving business efficiency, reducing environmental risks and achieving a competitive advantage in a changing market and technology.

Keywords: *innovation, ecosystem approach, environmental responsibility, digital transformation of the economy, industrial holding.*

Цифровая трансформация российской экономики повлекла за собой изменение бизнес-моделей промышленного холдинга, предпринимательская деятельность которой, во многом стала зависеть от эффективного использования цифровых ресурсов, а также активного участия в инновационных проектах, на основе экологически ориентированных технологий, внедрение которых позволило бы минимизировать вред окружающей среде [1,3].

В этой связи, актуальным становится применение экосистемного подхода в управлении промышленным холдингом, который на сегодняшний день призван обеспечить динамичный процесс организации бизнеса и гибкое взаимодействие с другими участниками экосистемы, с целью быстрого реагирования на изменения социально-экономических условий.

Экосистемный подход в управлении предприятием был впервые предложен Дж. Ф. Муром в работе "Представление о бизнес-экосистемах: укоренившаяся концепция и новая возможность" в 1993 году. В ней автор предложил рассматривать бизнес-экосистемы как группы компаний, взаимодействующих между собой и зависящих друг от друга. Он подчеркнул важность партнерских отношений и кооперации между компаниями, а также необходимость учитывать влияние внешней среды и тенденции рынка при формировании стратегии предприятия. В последствии представленная концепция стала широко применяться в бизнесе и является одной из основных составляющих современных стратегических подходов в управлении [2, 5].

В России экосистемный подход стал актуален для промышленных холдингов в связи с реализацией целей по экологической ответственности. Стремление промышленных предприятий снизить негативное воздействие на окружающую среду становится первоочередной задачей для регионов, где находятся промышленные объекты [4].

Стоит отметить, что перспективы внедрения экосистемного подхода во многом будут зависеть от государственного регулирования.

Так, Минэкономразвития работает над внесением в законодательство дополнительных мер, затрагивающих деятельность цифровых экосистем и платформ, при этом министерство отмечает, что нужно избежать ситуаций, когда регулирование «ослабит позиции российских игроков по сравнению с иностранными» [10].

В рамках статьи, рассмотрим основные преимущества внедрения экосистемного подхода в управлении промышленным холдингом (Рис.1).

Экономические преимущества	⇒	Создание синергии между различными компаниями и бизнес-единицами внутри холдинга, что может привести к повышению эффективности использования ресурсов, снижению издержек и увеличению доходов холдинга в целом.
Инновации	⇒	Обмен знаниями, опытом и технологиями, что стимулирует инновационный потенциал холдинга. Компании могут сотрудничать в создании и внедрении новых продуктов и услуг, а также в развитии новых рынков.
Диверсификация	⇒	Способность диверсифицировать свою деятельность и риски путем включения различных компаний, работающих в разных отраслях, что позволяет холдингу адаптироваться к изменениям рыночной ситуации и повышать свою конкурентоспособность.
Развитие человеческого капитала	⇒	В рамках экосистемы обучения и развития своих сотрудников, что позволяет холдингу привлекать и удерживать талантливых специалистов, а также повышать профессиональные навыки своих сотрудников.
Устойчивое развитие	⇒	Учет экологических и социальных аспектов своей деятельности. Компании могут сотрудничать в сфере экологической ответственности, социального взаимодействия и устойчивого развития, что способствует улучшению имиджа холдинга и его отношений с заинтересованными сторонами.
Гибкость и адаптивность	⇒	Компании в рамках экосистемы могут быстро реагировать на изменения на рынке, а также сотрудничать в разработке и внедрении новых стратегий и бизнес-моделей.

Рисунок 1 - Преимущества внедрения экосистемного подхода в управлении промышленным холдингом [6,7,8]

Исходя из вышеизложенного, можно констатировать, что реализация данного подхода предполагает правильное использование инструментов организационного и управленческого характера, в основе которых лежит:

- анализ экосистемы, на основе исследование широкой сферы внешних факторов, влияющих на холдинг, таких как конкуренты, клиенты, поставщики, регулирующие органы и другие заинтересованные стороны. В последствии аналитические данные помогают понять, какое место промышленный холдинг занимает в экосистеме и как она может влиять на его конкурентоспособность;

- полноценное партнерство с другими компаниями, предполагающее коллективную работу, на предмет совместного развития экопродуктов, обмен ресурсами и знаниями, а также координацию в целях улучшения процессов и удовлетворения общих потребностей клиентов;

- вложение инвестиций в инновационные проекты, создание инновационных продуктов и услуг, а также развитие новых бизнес-моделей, которые помогут промышленному холдингу сохранить и расширить свою конкурентоспособность в экосистеме;

- возможность использовать современные цифровые технологии, в части аналитики данных, искусственного интеллекта, интернет вещей для повышения

эффективности своих операций и улучшения взаимодействия с другими компаниями и клиентами;

- управление рисками, на основе изучения внешних факторов и взаимодействием с другими компаниями. Разработка стратегий по устойчивости и реагированию на кризисные ситуации, а также мониторинг и управление рисками в рамках экосистемы [8, 11].

Таким образом, использование данных инструментов обеспечит промышленному холдингу системный подход к управлению, не только учитывая внутренние процессы и стратегии, но и взаимодействие с широкой экосистемой для оптимизации результатов и достижения конкурентного преимущества.

Однако стоит отметить, что в настоящий момент времени существуют определенные причины, которые препятствуют созданию экосистемного подхода в управлении промышленным холдингом, а именно:

- организационная культура компании не поддерживает сотрудничество, инновации и открытость;
- отсутствие необходимой информации;
- ограниченные ресурсы, неготовность компания выделить финансовые средства для внедрения нового подхода;
- конкуренция и недоверие к другим участникам экосистемы;
- юридические и регуляторные ограничения [9,10].

По нашему мнению, для успешного создания экосистемного подхода в управлении промышленным холдингом необходимо преодолеть указанные препятствия и оптимизировать организационную структуру управления, которая будет способствовать сотрудничеству, инновациям и открытости.

В последствии трансформация промышленного холдинга позволит развить межзаводскую кооперацию, а также реализовать производство импортозамещающей продукции.

Таким образом, внедрение экосистемного подхода в управлении промышленным холдингом в перспективе обеспечит повышение эффективности бизнес-моделей, снижение экологических рисков и достижение конкурентного преимущества в условиях динамично изменяющегося рынка и технологий.

Список использованных источников и литературы

1. Деньщик, М.Н. К вопросу о свойствах инновационных экосистем / М.Н. Деньщик // Молодые экономисты – будущему России: материалы X международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых. – Ставрополь: СКФУ, 2018. – С. 289-293. Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/338235279_K_voprosu_o_razvitii_innovacionnyh_ekosistem_v_sovremennoj_ekonomike (Дата обращения 15.09 2023).

2. Зайцева, А.С. Новые акценты в развитии инновационной деятельности: инновации, иницируемые пользователями / А.С. Зайцева, О.Р. Шувалова //Форсайт. – 2011. – Т. 5. – № 2. – С. 16-32 Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-aktsenty-v-razvitii-innovatsionnoy-deyatelnosti-innovatsii-initsiiruemye-polzovateljami> (Дата обращения 15.09 2023).

3. Каранатова, Л.Г. Современные подходы к формированию инновационных экосистем в условиях становления экономики знаний / Л.Г. Каранатова, А.Ю. Кулев //Управленческое консультирование. – 2015. – № 12. – С.39-46. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-formirovaniyu-innovatsionnyh-ekosistem-v-usloviyah-stanovleniya-ekonomiki-znaniy> (Дата обращения 15.09 2023).

4. Коновалова, Ю. А. Опыт Индии: инновационно-ориентированная экономика / Ю.А. Коновалова // Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. – 2013. – №1. – С.107-113.

5. Красюкова, Н.Л. Анализ Противоречий вовлеченности российской молодежи в инновационное развитие регионов / Н.Л. Красюкова, А.А. Степанов // Теория и практика инновационной деятельности в эпоху информатизации: сборник научных

трудов профессорско-преподавательского состава, магистрантов и 212 студентов; под общ. ред. В.И. Салыгина, А.А. Степанова, И.А. Гулиева, Ж.М. Саркисян. – Москва: Научный консультант, 2018. – С. 39-73.

6. Кузовлева. И.А. Механизм управления инновационным развитием предприятий промышленности [Электронный ресурс] / И.А. Кузовлева, С.Г.Кузнецов, О.Г. Кураленко // Управление экономическими системами. – 2011. – №9. – Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-33-332011/item/611-2011-09-14-07-14-40> (дата обращения 15.09.2023).

7. Модернизация экономики: понятие, цели и средства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.bmpravo.ru/show_stat.php?stat=798. (Дата обращения 13.09.2023).

8. Поповенко Н., Заварная Н. Оценка инновационного потенциала хозяйственной системы // Бизнес-Информ, 1998, №3, с. 51-52.

9. Симчер В. Об эффективности использования национальных ресурсов России / В. Симчер // Общество и экономика. 2003. № 7-8. С. 29-51.

10. Информационный портал [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/u/163530-nikolay-sedashov/349623-kak-rossiyskie-kompanii-razvivayut-ekosistemy-2022> (Дата обращения 15.09.2023).

11. Новая парадигма развития менеджмента: гипотезы, концепции, практики. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2020. – 286 с.

УДК 331.543
DOI 10.58551/20728115_2023_10_36

ФОРМИРОВАНИЕ SOFT SKILLS РУКОВОДИТЕЛЕЙ: ОТВЕТ НА ТРЕБОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ТРУДА

Мельникова Ирина Юрьевна

Кандидат экономических наук, доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью, ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский Политехнический Университет Петра Великого»

E-mail: melnikova_iyu@spbstu.ru

В статье рассматривается проблема формирования гибких навыков руководителей в системе дополнительного профессионального образования. Осуществлен анализ трудовых функций руководителей, закрепленных в профессиональных стандартах. Приведен контент-анализ наиболее востребованных работодателями soft skills на основе анализа вакансий руководителей (использованы материалы общенациональных и региональных сайтов по поиску работы). По результатам исследования определена потребность в формировании «гибких навыков» руководителей (деловая коммуникация, умение работать в команде, саморазвитие, способность устанавливать и поддерживать на долгосрочной основе профессиональные контакты, создание условий для вовлеченности сотрудников и др.). Обобщен опыт реализации программ переподготовки руководителей. Проанализирована роль активных методов обучения в развитии навыков командной работы, коммуникативных навыков, в обучении моделям клиентоориентированного поведения. Определена специфика применения адекватных форм организации образовательного процесса, технологий, методов, приемов формирования гибких навыков у обучаемых.

Ключевые слова. Soft skills, требования рынка труда, активные методы обучения, обучение в группах, обмен опытом.

BUILDING MANAGERS' SOFT SKILLS: RESPONDING TO THE REQUIREMENTS OF THE MODERN LABOUR MARKET

Irina Yurievna Melnikova

PhD in Economics, Associate Professor at the Higher School of Media Communications and Public Relations, Peter the Great St Petersburg Polytechnic University

E-mail: melnikova_iyu@spbstu.ru

The article deals with the problem of forming flexible skills of managers in the system of additional professional education. The analysis of labour functions of managers fixed in professional standards is carried out. The content-analysis of the most demanded by employers soft skills on the basis of the analysis of vacancies of managers is given (materials of national and regional sites on job search are used). Based on the results of the research, the need for the formation of "flexible skills" of managers (business communication, ability to work in a team, self-development, ability to establish and maintain professional contacts on a long-term basis, creation of conditions for employee involvement, etc.) is determined. The experience of implementing retraining programmes for managers is summarised. The role of active learning methods in the development of teamwork skills, communication skills, in training models of client-oriented behaviour is analysed. The specifics of application of

adequate forms of organisation of educational process, technologies, methods, techniques of formation of flexible skills of students are determined.

Keywords. *Soft skills, labour market requirements, active learning methods, group learning, experience sharing.*

Вопрос сближения рынка труда и сферы подготовки кадров всегда сохраняет свою актуальность. Осуществляемая с 2013 года деятельность по разработке и утверждению профессиональных стандартов должна способствовать этому сближению, четко определяя квалификационные требования к представителям той или иной профессии. Наличие таких стандартов предопределяет содержание образовательных программ как в системе высшего образования, так и при реализации программ повышения квалификации или профессиональной переподготовки. В системе дополнительного профессионального образования это решение закреплено приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

При этом, следует отметить, что профессиональные стандарты регламентируют только требования к кандидатам на должность в области профессиональных компетенций (так называемые *hard skills*). Что касается «гибких (мягких) навыков, то задача их формирования является относительно новой для отечественной системы образования. Для педагогического сообщества очевидно, что необходимо не просто готовить выпускников, соответствующих формальным требованиям, а обеспечить эффективное выполнение ими профессиональных задач после прохождения процедуры отбора работодателем.

В рамках данного исследования проведен анализ требований работодателей к руководителям относительно «гибких навыков». В выборку были отобраны 250 объявлений о вакансиях руководителей, в том числе руководитель отдела персонала, руководитель отдела продаж, коммерческий директор, директор digital-агентства, управляющий магазином, руководитель ИТ-отдела, клиентский менеджер, управляющий торговым центром, заведующий производством, директор по маркетингу, менеджер по маркетингу и др. Эмпирической базой исследования стали материалы общенациональных и региональных сайтов по поиску работы (*superjob.ru, profi.ru, trudvsem.ru, farpost.ru, hh.ru*). Сроки проведения исследования – апрель 2023г. География исследования: в выборку включены объявления о вакансиях в городах Москва, Санкт-Петербург, Казань, Саратов, Пермь, Ростов-на-Дону, Уфа, Новосибирск, Владивосток, Хабаровск.

В 56 объявлениях о вакансиях (22,4%) требования к кандидатам на руководящую должность ограничивались перечислением будущих должностных обязанностей, пожелания в отношении *soft skills* отсутствовали. Анализ остальных вакансий (194 объявления) позволил составить рейтинг наиболее востребованных «гибких навыков» (рисунок 1). Самыми актуальными по мнению работодателей являются деловая коммуникация (в т.ч. ведение переговоров); умение работать в команде; лидерство (в т.ч. способность вести за собой, способность вдохновлять, создавать микроклимат в команде). Не вошли в рейтинг, но были упомянуты в нескольких вакансиях такие *soft skills*, как селф-менеджмент, нестандартный подход к решению задач, наставничество (развитие сотрудников), активная жизненная позиция, креативность, ответственность, инициативность, внимание к людям (клиентоориентированность) . Отметим, что на наш взгляд для топ-менеджмента последняя компетенция должна быть дополнена способностью проектировать бизнес-процессы с учетом потребительских ценностей [5]. Также в нескольких вакансиях как необходимое качество отмечалась добросовестность. Добросовестность – это широкое понятие, которое принято трактовать как совокупность ответственности, соблюдения рабочей этики, усердия, внимания к деталям [2]. Однако, наиболее важными мы считаем способность руководителя оценивать последствия принятых решений и готовность нести за них ответственность. Управление предполагает распоряжение

ресурсами компании (подразделения), в том числе человеческими ресурсами, а ответственность за здоровье и благополучие сотрудников должна лежать в основе всех принимаемых решений.

Организаторские способности традиционно включают в перечень soft-skills, и подавляющее большинство работодателей ожидают от кандидатов наличия таких способностей. Мы не включаем данный навык в топ востребованных гибких навыков, так как на наш взгляд способность организовать работу коллектива – это hard-skills, если речь идет о руководителях. Напротив, не заявлена работодателями как необходимая компетенция – способность устанавливать и поддерживать на долгосрочной основе профессиональные контакты. По нашему мнению, нетворкинг не только благотворно влияет на карьерные возможности руководителя, но и способен улучшить условия функционирования компании за счет прочных партнерских отношений со всеми группами стейкхолдеров.

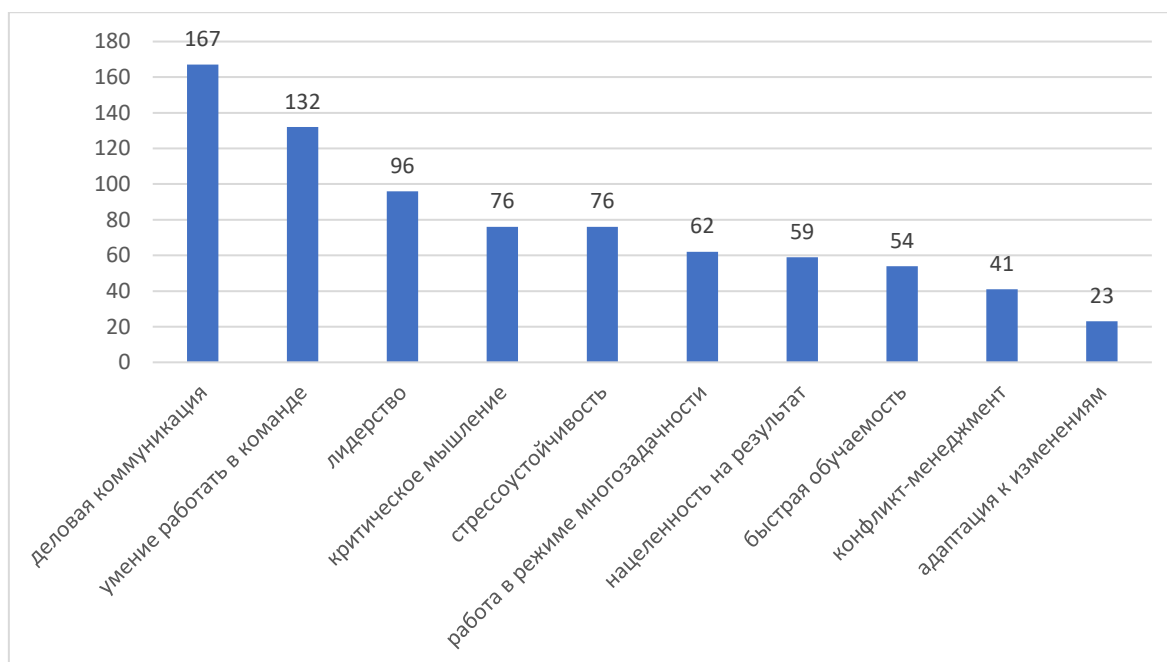


Рисунок 1 - Рейтинг (частота упоминания в описании вакансий) наиболее востребованных «гибких навыков»

Также крайне необходимы современному руководителю такие компетенции как саморазвитие [1], умение планировать и организовывать собственную карьеру [4] и умение использовать в управлении интерактивные и игровые технологии [8]. В современном мире геймификация является универсальным инструментом, позволяющим решать комплексные задачи в сфере управления. Кроме того, применение данного инструмента дает ряд эффектов, выраженных в росте качества обслуживания внешних клиентов и улучшении имиджа компании [3]. Инструменты и процедуры развития и обучения персонала в условиях цифровизации в постковидный период становятся стратегически значимыми не только с точки зрения готовности организации к развитию и модернизации, но и как элемент ESG-повестки. Интерес представляет и воздействие факторов обучения, повышения квалификации, переподготовки, а также использование внутрикорпоративных инструментов для интеграции персонала в систему корпоративной культуры организации. Категория вовлеченности имеет принципиальное значение в условиях ориентированности организации на управление своим человеческим капиталом, а формирование вовлеченности сотрудников во внутрифирменные процессы – одна из важнейших задач руководителя [10]. «Поколение геймеров», «поколение впечатлений, игровых приложений и мобильных игр» абсолютно привычно к геймификации и максимально готово к её различным проявлениям. Игра стала атрибутом социального времени и

маркером поколения, приносящим «быстрые победы», удовольствие и опыт обмена достижениями, что активно может использоваться руководителями для достижения целей компании.

В целях формирования «гибких навыков» у будущих руководителей в учебные планы программ дополнительного профессионального образования включают разделы по психологии управления, тайм-менеджменту, стресс-менеджменту, деловому общению и управлению конфликтами [7]. При организации учебного процесса как правило используют сочетание традиционных и активных методов обучения.

В развитии навыков командной работы, коммуникативных навыков, в обучении моделям клиентоориентированного поведения большую роль играют активные методы обучения: проблемные ситуации, групповая и парная работа, деловые игры, тренинги [6]. Способности к аналитическому, системному мышлению, к нестандартным подходам при решении задач традиционно развиваются с помощью стратегических и фасилитационных сессий, анализа кейсов в малых группах. Как известно, групповая работа стимулирует процессы неявного обучения, когда обучаемые перенимают друг у друга способы мышления, обработки информации, принятия решений.

Опыт реализации нескольких программ переподготовки руководителей («Менеджмент в отраслях и сферах деятельности», «Менеджмент в сфере образования», «Экономика и управление предприятием в современных условиях», «Управление персоналом», «Актуальные проблемы государственного и муниципального управления» и др.) позволяет нам сделать несколько выводов.

Недооцененным, на наш взгляд является метод организационно-деятельностных игр. Достоинством этого метода является моделирование соорганизации и самоорганизации игровых групп. Основным процессом при этом является самоопределение участников [9], что способствует развитию лидерских компетенций, таких как инициативность, ответственность, способность вести за собой. При этом метод имеет ряд ограничений, так как связан с необходимостью полного погружения обучаемых в игровую ситуацию на длительный срок (4-5 дней) и невозможностью решать возникающие производственные проблемы. Схожие механизмы активации лидерских качеств используются в некоторых фасилитационных техниках. Например, техника «Open Space» (Открытое пространство), в рамках которой каждый обучающийся получает возможность стать «созывающим» — заявить перед большой группой актуальную для обсуждения проблему и организовать проектную деятельность команды. Модель GRPI Ричарда Бекхарда помогает формировать у обучаемых навыки планирования, организации командной работы и групповой рефлексии в ходе выполнения задач. Кроме прочего, данная техника способствует осознанию собственной роли в коллективе и улучшению коммуникационного процесса между членами команды. Для целей формирования у руководителей навыков создания видения будущего и стратегического планирования отличные результаты дает применение метода «Газетная статья» Мартина Верле. В рамках данного метода за счет приема мысленной визуализации включается ресурс интуитивного знания участников, что позволяет получать другое качество прогнозных оценок и более осмысленно строить долгосрочные планы. Техника «Старт – Стоп – Улучшить» Ника Мартина позволяет привить обучаемым культуру сотрудничества, что в дальнейшем должно способствовать построению крепких отношений в коллективе. В целом применение различных фасилитационных техник в процессе обучения обеспечивает более высокий уровень вовлеченности слушателей программы, формирует у них привычку к самоанализу и групповым взаимодействиям, помогает осознать преимущества групповой работы.

Также целесообразно по нашему мнению применение метода проектной лаборатории. В рамках данной технологии возможна разработка индивидуальных и групповых проектов. Метод проектной лаборатории в дополнение к изложенным выше преимуществам методов обучения в группах предполагает возможность получения обратной связи от коллег, руководителей, наставников и экспертов об успешности своего поведения в аспекте конкретного навыка.

Изучение и обсуждение биографий (автобиографий) успешных руководителей должно войти как модуль в тематические планы управленческих дисциплин. Это позволит решить две основные задачи: познавательную (секреты успеха) и мотивационную.

Развитие цифровых образовательных технологий существенным образом влияет на многие параметры, в том числе на организацию учебного процесса. На рынке корпоративного обучения уже применяются онлайн тренинги и деловые игры. Позитивные результаты дают сессии взаимного коучинга, которые могут быть реализованы как очно, так и на основе различных платформ для видеоконференций. Взаимный (дуальный коучинг) часто применяют в целях формирования у обучаемых мотивации к самоанализу и развитию, чувства ответственности, доверия. Также при применении данного метода у обучаемых появляется возможность примерить на себя и оценить приемлемость различных моделей организационного поведения.

Немаловажную роль в формировании soft skills руководителей принято отводить самообучению. Самообучение — это процесс, связанный с получением нового опыта, знакомством с профессионалами, выполнением новых сложных задач, использованием новых методов работы. С этой точки зрения очень важно в рамках программы подготовки руководителей обеспечить возможности как обмена опытом между слушателями, так и экспертной оценки тех или иных решений и действий и динамики изменений в поведении обучаемых.

При реализации образовательных программ и проектов, целевой аудиторией которых являются действующие и будущие руководители, необходимо интегрировать в учебный процесс элементы, направленные на формирование гибких навыков. Постоянный поиск новых форм и инструментов обеспечит более высокий уровень их развития по итогам обучения и мотивацию у обучаемых к дальнейшему их совершенствованию.

Список использованных источников и литературы

1. Горьковая О. П. и др. " Soft skills": в поиске универсальных трактовок" гибких" навыков современных работников //Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2019. – №. 4 (53). – С. 20-25.
2. Мельникова И. Ю., Соина-Кутищева Ю. Н. Проблемы оценки персонала при внедрении клиентоориентированной стратегии //Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2020. – №. 1. – С. 105-115.
3. Мельникова, И. Ю. Применение инструментов геймификации при построении HR-бренда //И.Ю. Мельникова, Е.Е. Пискунова//XVIII Всероссийская научно-практическая конференция "Реклама и PR в России: современное состояние и перспективы развития" – Санкт-Петербург, 2021. – С. 107-109.
4. Павленко С. А., Келеман Л. А., Прохорова И. С. Формирование Soft Skills («гибких навыков») в процессе преподавания гуманитарных дисциплин на основе современных педагогических технологий //Мир науки, культуры, образования. – 2021. – №. 3 (88). – С. 87-90.
5. Пискунова Е. Е., Мельникова И. Ю. Модели клиентоориентированного бизнеса //Kant. – 2018. – №. 3 (28). – С. 225-232
6. Сорокопуд Ю. В., Амчиславская Е. Ю., Ярославцева А. В. Soft skills («мягкие навыки») и их роль в подготовке современных специалистов //Мир науки, культуры, образования. – 2021. – №. 1 (86). – С. 194-196.
7. Тимошкина М. В., Айварова Н. Г. Индивидуальный образовательный маршрут по формированию гибких навыков в условиях высшего образования //Бизнес. Образование. Право. – 2021. – №. 3. – С. 467-471.
8. Шипилов, В. Перечень навыков soft-skills и способы их развития // Корпоративный менеджмент: [сайт]. – 2016. – URL: https://www.cfin.ru/management/people/dev_val/soft-skills.shtml (дата обращения 8.10.2023).

9. Щедровицкий, Г.П. Организационно-деятельностная игра как новая форма организации коллективной мыследеятельности // Методы исследования, диагностики и развития международных трудовых коллективов// Некоммерческий научный Фонд «Институт развития им. Г.П. Щедровицкого»: [сайт]. – 1983. – URL: <https://www.fondgp.ru/publications/%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D0%B8%D0%B3%D1%80%D0%B0-3/> (дата обращения 8.10.2023).

10. Zavyalova E., Kucherov D., Tsybova V. (2017) Human Resource Management at Russian Companies — Leaders of the Global Economy. Foresight and STI Governance, vol. 11, no 4, pp. 52–61. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.4.52.61

УДК 658.56
DOI 10.58551/20728115_2023_10_42

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ НА ОСНОВЕ КОМПЕТЕНТНОГО ПОДХОДА

Тимофеев Дмитрий Владимирович

Доцент, кандидат технических наук, доцент, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский биотехнологический университет (РОСБИОТЕХ)»

E-mail: TimofeevDV@mgupp.ru

SPIN-код: 3844-5631

в статье рассматривается компетентный подход в рамках внедрения системы менеджмента качества (СМК), необходимость и целесообразность его применения при внедрении системы менеджмента качества в таможенных органах с учетом специфики предоставления государственной таможенной услуги, рассматриваются различные подходы к созданию СМК и проводится анализ необходимости и важности его использования при создании СМК в таможенных органах, описывается суть, особенности и специфика применения компетентного подхода в организациях сферы услуг, а именно подходы к документированию СМК, оценке компетенции и уровня квалификации исполнителей, а также проведено сравнение между компетентным и процессным (процедурным) подходом, даны рекомендации по применению подходов к внедрению и обеспечению результативности и эффективности СМК в таможенной деятельности.

Ключевые слова: *компетентный подход, процедурный (процессный) подход, комбинированный подход, таможенные органы, таможенный менеджмент, процедура, обеспечение качества таможенных услуг, система менеджмента качества, менеджмент качества в сфере услуг.*

IMPLEMENTATION OF A QUALITY MANAGEMENT SYSTEM IN CUSTOMS AUTHORITIES BASED ON A COMPETENT APPROACH

Timofeev Dmitry Vladimirovich

Associate Professor, candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Russian Biotechnological University

E-mail: TimofeevDV@mgupp.ru

SPIN code: 3844-5631: 3844-5631

the article considers the competent approach within the framework of the introduction of a quality management system (QMS), the necessity and expediency of its application in the implementation of a quality management system in customs authorities, taking into account the specifics of the provision of state customs services, discusses various approaches to the creation of QMS and analyzes the need and importance of its use in the creation of QMS in customs authorities, describes the essence, features and specifics of the application of a competent approach in service organizations, namely approaches to the documentation of the QMS, assessment of the competence and level of qualification of performers, as well as a comparison between the competent and the process (procedural) approach, recommendations are given on the application of approaches to the

implementation and ensuring the effectiveness and efficiency of the QMS in customs activities.

Keywords: *competent approach, procedural (process) approach, combined approach, customs authorities, customs management, procedure, quality assurance of customs services, quality management system, quality management in the service sector.*

В настоящее время в условиях развития экономики в РФ сформировались предпосылки для активизации разработки и внедрения систем менеджмента качества в соответствии со международными стандартами ИСО серии 9000 на различных предприятиях, в том числе и на предприятиях предоставляющих государственные таможенные услуги. Эти стандарты, внедренные в таможенных органах, направлены в первую очередь на повышение удовлетворенности участников внешней экономической деятельности (ВЭД) качеством предоставляемой им государственной услуги, на улучшение системы таможенного контроля, повышение работоспособности кадров, упрощение операций в области таможенного дела и создание единых требований для участников ВЭД.

Таможенные услуги, это одна из разновидностей государственных услуг, которые предоставляются заинтересованным лицам таможенными органами, как органами исполнительной власти с целью обеспечения экономических интересов государства. При этом быстро меняющаяся экономическая обстановка, в том числе и в условиях западных санкций предъявляет все более высокие требования к качеству таможенного администрирования [3]. Поэтому разработка и внедрение в организациях предоставляющих таможенные услуги результативной и эффективной системы менеджмента качества в соответствии со стандартами МС ИСО серии 9000 для наиболее полного удовлетворения интересов всех заинтересованных сторон, является особенно актуальным. От правильности решения Таможенного органа, а значит, от качества предоставленной государственной услуги зависит эффективность таможенного контроля внешнеэкономической деятельности на территории нашей страны.

В данной ситуации предоставление качественных государственных услуг является одним из приоритетных и востребованных направлений регулирования деятельности органов государственного управления. Одними из приоритетных видов государственных услуг являются государственные услуги в области таможенного дела, или государственные таможенные услуги, которые предоставляются заинтересованным лицам таможенными органами. Процедуры управления таможенными услугами являются важной частью таможенного администрирования в современных условиях. В условиях быстро меняющейся экономической обстановки, в том числе и под воздействием санкций приходится применять все более высокие требования к уровню качества таможенной деятельности, призванной обеспечивать законность правоотношений и экономические интересы государства, существующие между участниками ВЭД и государством.[3].

Поэтому становится актуальным создание в таких организациях предоставляющих таможенные услуги результативной и эффективной системы менеджмента качества на соответствие стандартам ИСО серии 9000 является особенно актуальным.

Одним из первых в России таможенных органов сертифицированным на соответствие международному стандарту МС ИСО 9001 стало Приволжское таможенное управление. В дальнейшем в России ведется работа по расширению сферы распространения систем менеджмента качества на всю деятельность таможенных органов в РФ. По результатам внедрения СМК в таможенных органах специалистами очень положительно было оценено влияние внедренной СМК на деятельность таможенного поста, были внедрены новые технологии, повысилась удовлетворенность участников ВЭД качеством предоставленной услуги, время совершения таможенных операций значительно уменьшилось, а время выпуска деклараций на товары сократилось почти в два раза (46%), в том числе сократилось количество жалоб [10].

Стандарты ИСО серии 9000 могут быть использованы для улучшения системы таможенного контроля, повышения работоспособности кадров, упрощение операций в области таможенного дела, и самое главное - создания единых требований для участников ВЭД. От правильности действий и решений Таможенных органов зависит эффективность таможенного контроля внешнеэкономической деятельности и экономических интересов на территории Российской Федерации.

При внедрении СМК в таких организациях наиболее целесообразно применять так называемый компетентный подход или комплексный (комбинированный) содержащий элементы и процедурного и компетентного подхода.

В нижеследующей таблице приведено сравнение внедрения и реализации основных принципов СМК с деятельностью таможенных органов (см. таблицу 1).

Таблица 1

Сравнение основных принципов СМК с деятельностью таможенных органов

№	Принципы системы менеджмента качества	Применение принципов СМК в таможенной практике
1	Ориентация на потребности потребителя	Участники ВЭД заинтересованы в экспорте и импорте своей продукции. Нацеленность таможенных органов оказать участникам ВЭД таможенные услуги высокого качества.
2	Ведущая роль руководства / Лидерство	Главная цель - это защита экономических интересов государства, поэтому более четкое разделение задач помогает более качественно выполнять поставленные цели.
3	Вовлечение людей / сотрудников	Мотивация сотрудников, работа на благо государства. Ответственность за каждое действие, непрерывность процессов.
4	Процессный подход к внедрению	Большое ресурсное обеспечение таможенных органов, которые тесно взаимосвязаны, дает конечный результат (продукт) таможенную услугу.
5	Компетентный подход к внедрению	Сотрудники ТО получают возможность проявлять большую гибкость в предоставлении таможенных услуг, в большей степени учитывать интересы участников ВЭД, которые проявляются в ходе непосредственного контакта с ними.
6	Постоянное улучшение качества	Постоянное развитие Федеральных таможенных органов. Изменение в структуре нормативно-правовых актов и в структуре их практического применения.
7	Подход принятия решений, основанных на достоверных фактах и информации	Любые решения обоснованы и доказаны статистикой. Данные ведутся за каждый год, исходя из которых и формируется управленческое решение.
8	Взаимовыгодные отношения поставщиком	Поставщик (участник ВЭД) перевозит товар через границу, а таможня взимает таможенные пошлины, выполняя свою основную функцию в целях защиты интересов государства.

Источник: составлено автором на основании [10]

Рассмотрим более подробно известные подходы и способы документального оформления систем менеджмента качества при их внедрении. На данный момент,

существуют следующие основные способы документального оформления системы менеджмента качества:

- процедурный (процессный) подход, который основан на подробном описании всех процессов организации и использовании подробных методик и инструкций;
- компетентный подход, основанный на использовании знаний, навыков и опыта исполнителей (компетентности исполнителей);
- комбинированный подход, учитывающий возможность использования процессного и компетентного подхода.

Разница этих подходов в том, что основной из них процедурный (процессный) применяется для того, чтобы исключить возможные отклонения в качестве работ за счет использования набора детальных поэтапных процедур и их подробного документирования, т.е. детального описания всех действий и процедур. Любые изменения этих процедур должны быть санкционированы руководством.

Применение данного подхода требует создание подробных письменных документированных процедур и инструкций по поэтапному применению методик и любое их изменение, и доработка требуют колоссальных усилий, поэтому данный подход используется в тех случаях, когда любые отклонения от установленных процедур нежелательны, и также он является менее гибким, и на практике применяется в основном при внедрении СМК на производственных предприятиях.

При компетентном подходе основной акцент делается на компетентность исполнителей, и соответственно он наиболее предпочтителен для организаций сферы услуг.

Впервые подход основанный на компетентности исполнителей, т.е. компетентный подход, был предложен К. Фоксвеллом в справочнике «Руководство по применению стандарта ИСО 9001:2000 в сфере услуг»[11]. Этот документ был подготовлен по заданию австралийской национальной организации по стандартизации (Standards Australia). Разработчик документа, член исполнительного комитета этой организации, ведущий консультант по вопросам менеджмента качества К. Фоксвелл. Причиной его разработки явилось то, что организации, работающие в сфере услуг, испытывают затруднения в подробном и детальном документировании своих производственных процессов при реализации процессного подхода, поскольку те постоянно изменяются под конкретные потребности, что мешает наилучшим образом удовлетворять потребности отдельных клиентов. Одной объединяющей особенностью таких организаций является сильная зависимость предоставляемых услуг от уровня квалификации и компетенции исполнителей, занятых этой работой. Поэтому в руководстве К. Фоксвеллом предложен подход, базирующийся на доверии к исполнителям работ, обладающим достаточным уровнем квалификации и компетентности для выполнения конкретной работы. При должной организации работы и контроле способных обходиться без подробных, документально оформленных методик [11].

Данное руководство на основе компетентного подхода содержит рекомендации по разработке, внедрению и документированию систем менеджмента качества в организациях, занятых в сфере услуг с учетом специфики внедрения СМК в данной сфере и в соответствии с требованиями международного стандарта ИСО 9001[1,2,6]. В нем описана специфика индустрии предоставления услуг, характер отношений с клиентами, предлагается возможная структура такой системы менеджмента качества, описываются процессы обеспечения качества в сфере обслуживания. Поскольку общей особенностью организаций сферы услуг является сильная зависимость качества услуг от уровня компетенции конкретного работника, большое внимание уделяется вопросам управления персоналом. Также в этом руководстве [11,С.109] приведены отличия процессного и компетентного подхода (см. таблицу 2).

Таблица 2

Отличия процессного и компетентного подхода

Процедурный / процессный подход к созданию СМК	Компетентный подход к созданию СМК
Преимущества подхода	Преимущества подхода
Может быть использован каждым, кто умеет работать с документацией	Умение работать с документацией не обязательно
Особенно полезен для крупных предприятий	Подходит для предприятий сферы услуг и достаточно гибок для использования в единичном производстве
Не требуется столь высокого уровня квалификации исполнителей	Представляет большой интерес для провайдеров услуг и операторов, работающих в области сервиса. Позволяет проявлять инициативу
Строгое соблюдение данного подхода обеспечивает малый разброс показателей качества	Способствует внедрению инноваций
Предусмотрены подробные пошаговые инструкции по выполнению работ	Меньше бюрократии и бумаг. Вся документация сводится к описанию работ и контрольным листам
Недостатки подхода	Недостатки подхода
Не учитывается уровень знаний исполнителей	Требуется больше усилия для подготовки и проверки уровня компетенции исполнителей
Нет гибкости, во всех случаях требуется строгое исполнение установленных процедур	Требуется привлечения квалифицированных исполнителей
Временами скучен для исполнителей	
Требуется многочисленный административный персонал для контроля за исполнителями	
Может требовать большого числа менеджеров для управления документацией	

Источник: составлено автором на основании [11, С.109]

Компетентный подход

Компетентный подход в общем смысле подразумевает:

- анализ состояние дел в организации и удовлетворенности заинтересованных сторон;
- анализ и идентификация основных процессов организации направленных на обеспечение создания главного продукта/услуги, которые являются центром прибыли;
- анализ уровня компетенции людей занятых в реализации основных и вспомогательных процессов организации и обеспечение их соответствия необходимому уровню и требованиям, с целью достижения удовлетворенности потребителя/клиента.

Акцент на компетентность, профессиональные знания и эффективность исполнителей позволяет сократить объем и необходимость подробного описания тех или иных действий в методиках, рабочих инструкциях и других подобных документах, а также минимизировать потребность в контроле за их действиями [11].

При компетентном подходе особое внимание уделяется компетентности персонала, а не детальному описанию процессов. При этом многие детали, которые выявляются на местах и во время обслуживания, отдаются на усмотрение исполнителя в зависимости от предпочтений клиентов, поэтому нет возможности их документировать и уделять этим деталям огромное внимание. При этом сотрудники имеют возможность проявлять гибкость в регулировании процесса предоставления услуг, а значит, в большей степени учитывать требования потребителей, которые проявляются в ходе непосредственного контакта с ними [8]. Таким образом, этот подход наиболее предпочтителен для организаций сферы услуг, так как имеет возможность подстраиваться под индивидуальные потребности конкретного потребителя. Между тем, такой подход полностью соответствует требованиям ИСО серии 9000. Суть компетентного подхода, в отличие от процессного заключается в повышении уровня квалификации работников до того уровня, при котором они сами знают, что им надлежит делать, без каких-либо подробных письменных инструкций или методик. Этот подход применим, в тех ситуациях, когда тот или иной процесс не может быть описан в виде простого линейного процесса, потому что при реализации некоторых услуг возможны сотни вариантов действий, в зависимости от требований потребителя. Реализуя компетентный подход, сотрудники должны систематически повышать свой уровень квалификации и благодаря этому знать, что конкретно они должны выполнять и каковы их обязанности без каких-либо дополнительных письменных процедур (методик). Также благодаря такому подходу, исполнители могут самостоятельно принимать решения в процессе работы. Компетентный подход дает персоналу свободу выбора в ходе рабочего процесса, что позволяет подстроиться под специфику отрасли предоставления услуг для более полного удовлетворения нужд клиента, а также делает работников более мотивированными и позволяет раскрыть потенциал каждого из сотрудника, что в дальнейшем приведет к успеху организации. А руководитель сможет спокойно довериться своим подчиненным, так как будет знать, что они достаточно подготовлены для самостоятельного принятия решений без его участия.

Таким образом, следует заключить, что при внедрении СМК в таможенных органах наиболее удобно применять так называемый компетентный подход или комплексный (комбинированный) содержащий элементы процедурного (процессного) и компетентного подхода, так как наиболее полно учитывает специфику данного вида деятельности [9].

При компетентном подходе сотрудники имеют возможность проявлять гибкость в регулировании таможенного процесса предоставления услуг, в большей степени учитывать требования участников ВЭД, которые иногда узнаются только в ходе непосредственного контакта с ними, при этом многие детали выявляются прямо на месте и во время обслуживания, поэтому нет возможности жесткого описания документирования этих деталей, что требует процедурный подход. А также, компетентный подход позволяет ориентироваться при построении системы менеджмента качества, на компетентность исполнителей. Уровень компетентности работников особенно важен при оказании таможенных услуг, поскольку этот институт обычно в большей степени зависит от умения персонала взаимодействовать с клиентами и не подвергать опасности населения поставляемой недоброкачественной и опасной продукции. Кроме того можно более четко выявлять навыки и знания, требующиеся для выполнения той или иной работы, что в разной степени зависит от уровня компетентности сотрудников, ожиданий клиентов и главное систем обеспечения, существующих непосредственно на таможенных постах. Следует также поддерживать и постоянно оценивать определенный уровень компетентности работников. Если работник не имеет должного опыта и знания в какой-либо сфере таможенного контроля, то он должен пройти обучение или повышение квалификации.

Также возможно получение требуемых знаний и навыков для выполнения некоторых операций на рабочем месте, путем изучения опыта компетентных сотрудников, которые хорошо знают данную работу.

На основе вышеизложенного можно заключить, что при создании и внедрении СМК, а так же для повышения результативности и эффективности обеспечения качества таможенной деятельности следует внедрять систему менеджмента качества на основе компетентного или комбинированного подхода. Что позволит учесть специфику данного вида деятельности, избежать излишней бюрократизации и задокументированности процессов, таким образом достичь высокого уровня осуществления таможенной деятельности и максимально удовлетворить потребности всех заинтересованных сторон.

Список использованных источников и литературы

1. ГОСТ Р ИСО 9000—2015 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь» – М. : Изд-во стандартов, 2015.
2. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Системы менеджмента качества. Требования» – М.: Изд-во стандартов, 2015
3. Гречкина, О. В. Государственные таможенные услуги: понятие, базовые характеристики, виды / О. В. Гречкина, С. А. Агамагомедова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2016. – № 3 (39). – С. 17–30.
4. Гупанова, Ю. Е. Разработка концептуальных, методологических и методических основ управления качеством таможенных услуг : автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Гупанова Ю. Е. – М., 2013.
5. Макрусев, В. В. Государственные таможенные услуги : моногр. / В. В. Макрусев, А. В. Сафронов. – 2-е изд. – М. : Изд-во Российской таможенной академии, 2011. – 196 с.
6. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р ИСО/ТО 10013-2007 "Менеджмент организации. Руководство по документированию системы менеджмента качества" (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 31 октября 2007 г. N 282-ст);
7. Основы управления таможенными органами России : учеб. / В. В. Макрусев, В. Т. Тимофеев, И. Н. Колобова, С. В. Барамзин, А. Ф. Андреев ; под общ. ред. В. А. Черных. – М. : Изд-во Российской таможенной академии, 2009. – С. 7–8.
8. Селезнева, А.В. Процедурный и компетентный подходы к выработке систем менеджмента качества. // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Машиностроение, материаловедение. – 2014. Т. 16, № 3. – С.75-80;
9. Тимофеев Д.В. Анализ особенностей подходов к документированию СМК в таможенных органах. / Тимофеев Д.В., Манонов Д.С. // III Международная конференция «Пищевые технологии будущего: инновационные идеи, научный поиск, креативные решения» им. Р.Д. Поландовой / М.: ФГАНУ НИИХП, 2021. - С.337-34.
10. Тимофеев Д. В. Компетентный подход при внедрении системы менеджмента качества в таможенных органах / Тимофеев Д. В., Манонов Д. С., Цыганкова А. А. // Таможенное регулирование. Таможенный контроль №4 - 2021.
11. Фоксвелл, К. Руководство по применению стандарта ИСО 9001:2000 в сфере услуг. / Фоксвелл, К. Пер с англ. А.Л. Раскина. – М., РИА "Стандарты и качество", 2002. - 192 с. - ("Дом качества", вып. 7 (16)).

УДК 33/332.05
DOI 10.58551/20728115_2023_10_49

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ И РИСКАМИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА КОРПОРАТИВНОМ УРОВНЕ

Шийко Вера Георгиевна

Доцент кафедры производственного и финансового менеджмента,
кандидат экономических наук, Российский государственный
геологоразведочный университет имени
Серго Орджоникидзе

E-mail: shiyko@yandex.ru

Курбанов Нурали Хайдарович

Профессор, доктор экономических наук,
Эксперт Центра «Современная социальная политика»
РАНХиГС при Президенте РФ

E-mail: nurali.k@mail.ru

Абрамов Владимир Николаевич

Доцент кафедры производственного и финансового менеджмента,
кандидат экономических наук,
Российский государственный геологоразведочный университет
имени Серго Орджоникидзе

E-mail: 9570125@rambler.ru

Целью работы является исследование способов эффективного управления трудовыми ресурсами и возникающими рисками в процессе кадровой работы на крупных предприятиях в условиях выполнения стратегических, текущих и оперативных планов. Даны определения базовых понятий, связанных с категориальностью трудовых ресурсов на уровне коммерческой компании, сформулированы задачи по эффективному использованию кадрового потенциала в современных условиях, раскрыт состав качественных и количественных характеристик и основных принципов в области управления человеческими ресурсами. Рассмотрены методы работы с индикаторами и показателями оценки эффективности трудовых ресурсов, позволяющих сформировать функциональную схему трудовых ресурсов компании. Результат деятельности предприятия на корпоративном уровне отождествляется с определением его эффективности. Происходящие в российской экономике изменения отражены статистическими данными в приведенных таблицах, показывающих уровень экономически активного населения, уровень, занятости, динамику уровня безработицы, масштабы неполной занятости.

В настоящее время большинству руководителей требуется учет рисков по работе с персоналом, так как подобные риски ведут к снижению прибыльности и связаны с человеческим фактором, поэтому менеджерам всех уровней требуются определенные знания по способам управления этими рисками.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, стратегическое управление, человеческий капитал, показатели и индикаторы оценки, рынок труда, безработица, занятость, кадровые риски.

STRATEGIC MANAGEMENT OF HUMAN RESOURCES EFFICIENCY AND RISK AT CORPORATE LEVEL

Shiyko Vera Georgievna

Associate Professor, Department of Production and Financial Management,
Candidate of Economic Sciences,
Russian State Geological Exploration University named after
Sergo Ordzhonikidze

E-mail: shiyko@yandex.ru

Kurbanov Nurali Haidarovich

Professor, Doctor of Economics, Expert of the Center «Modern Social Policy»
of the RANG&GS under the President of the Russian Federation,

E-mail: nurali.k@mail.ru

Abramov Vladimir Nikolaevich

Associate Professor, Department of Production and Financial Management,
Candidate of Economic Sciences,
Sergo Ordzhonikidze Russian State Geological Exploration University

E-mail: 9570125@rambler.ru

The purpose of the work is to study ways of effective management of human resources and emerging risks in the process of personnel work at large enterprises in the context of the implementation of strategic, current and operational plans. Definitions of basic concepts related to the categorization of labor resources at the level of a commercial company are given, tasks for the effective use of human resources in modern conditions are formulated, the composition of qualitative and quantitative characteristics and basic principles in the field of human resources management are disclosed. The methods of working with indicators and indicators for evaluating the effectiveness of labor resources, allowing to form a functional scheme of the company's labor resources, are considered. The result of an enterprise's activity at the corporate level is identified with the definition of its effectiveness. The changes taking place in the Russian economy are reflected by statistical data in the tables below, showing the level of the economically active population, the level of employment, the dynamics of the unemployment rate, the extent of underemployment. Currently, most managers need to take into account the risks of working with personnel, since such risks lead to a decrease in profitability and are associated with the human factor, therefore managers at all levels need certain knowledge on how to manage these risks.

Keywords: labor resources, strategic management, human capital, indicators and indicators of assessment, labor market, unemployment, employment, personnel risks.

Конкурентоспособность любой экономической системы, зависит от целого ряда факторов, доминантным среди которых является эффективное использования задействованных ресурсов. Наша национальная экономика, включающая в состав ресурсного потенциала такой мощный конкурентоспособный компонент как трудовые ресурсы, тем самым имеет возможность, от эффективной системной реализации которой зависит способность национального хозяйства к расширенному воспроизводству общественного продукта и научно-техническому развитию в условиях санкционной войны.

Трудовые ресурсы, включающие в себя часть населения страны в трудоспособном возрасте, в процессе производства приобретают характеристики, связанные с их производительностью труда и стоимостью произведенной ими продукции.

Главными задачами трудовых ресурсов являются результативность и эффективность. Результативность определяется объемом произведенного продукта и количеством его продажи потребителю. Эффективность фиксирует превышение операционного дохода над стоимостью затраченных ресурсов.

Категориальный состав трудовых ресурсов представлен на рисунке 1.

Качество трудовых ресурсов зависит от очень большого количества параметров организационно-производственной среды предприятия: эффективности и производительности труда; эффективности организационных процессов в компании; уровня организации рабочего места и условий продуктивной работы; профессионализма и уровня квалификации сотрудников при реализации сложных бизнес-процессов компании; компетентности и эффективности специалистов; уровня управления персоналом и кадровой работы.



Рисунок 1 – Категориальный состав трудовых ресурсов

Потенциал трудовых ресурсов определяется следующими факторами: производительностью труда; продуктивностью труда; эффективностью труда; количеством и качеством продукции; стоимостью; конкурентным преимуществом (уникальностью); человеческим капиталом; социальным капиталом; организационным капиталом.

Для определения места рабочей силы в деятельности компании, прежде всего, необходимо осмысление мер по достижению целей развития бизнеса, комбинирования различных видов деятельности в производстве продуктов и процессах продажи их клиентам.

Основными руководящими принципами в области управления человеческими ресурсами компании являются следующие:

1) установление потребности в кадрах – проектируются все необходимые кадровые структуры; маркетинг рынка труда; формулировка стратегии выбора; найм сотрудников; адаптация новых сотрудников к фирме; определяются расчетные показатели трудовой деятельности;

2) развитие человеческих ресурсов на рабочих местах: обязанности работника, подчинение, коммуникация с коллегами; помощь в работе; наличие развитых навыков, если требуется, то обучение методам работы, необходимым для создания продуктов; определение наличия навыков, необходимых для достижения определенных показателей у работника; навыков по осмыслению и формулировке творческих предложений; навыки по внедрению инноваций; наличие мотивации в создании активных потенциальных возможностей в оценке и контроле за повышением эффективности работы; в вертикальном и горизонтальном движении кадров;

3) постановка задач, определение круга обязанностей и полномочий: определяются процедуры и серия действий и взаимодействий; описываются процессы по технологии производства, продаж, обслуживания и управления компанией. Объясняются методы контроля за качеством продукции; порядок разработки и внедрения новых технологий, способов работы; создаются продуктивные условия труда: обеспечение рабочими местами; санитарно-гигиеническими условиями, условиями безопасности и т.д.; используются методы управления деятельностью сотрудников, такие как планирование, нормирование, учет, мониторинг, анализ, оптимизация; мотивация и стимулирование труда: организация оплаты труда, создание предпосылок моральной, материальной и социальной мотивации; автоматизация деятельности (работы).

Результат деятельности по управлению трудовыми ресурсами можно подвести путем оценки эффективности этой работы.

Роль и значение системы показателей эффективности проявляется в т.ч. в планировании деятельности компании, то есть в определении и измерении ожидаемых результатов; в постановке задач для сотрудников; в определении потребностей в ресурсах для решения задач; в оперативном управлении, включающем руководство, координацию, баланс операций; в анализе и мониторинге реализации целей и задач; в исключении ненужных затрат и рисков.

В состав используемой оценочной карты входят временные прогнозы, к которым относятся стратегические, текущие, оперативные прогнозы; информационные прогнозы, сопоставляющие показатели план-факт, факт-факт; элементы оценки, такие как результаты, работа и кадры.

К методам работы с индикаторами относят метод показательного анализа; показательной динамики; сравнительных показателей; объективности и использования утвержденного алгоритма; сравнения с планом, фактом, правилами, рынком. Кроме того, метод отклонений с выявленными причинами; метод совершенствования стратегии и тактики; метод уровня разработки и применения показателей, называемый принципом матрешки, в связи с последовательным рассмотрением показателей холдинга; компании; подразделения и работника.

Традиционно рассматриваются показатели трех типов: количественные, качественные, финансовые (стоимостные).

Показатели прогнозов временных включают в себя стратегические (3-5 лет), показатели текущего года и оперативные показатели (квартал или месяц).

На рисунке 2 представлена схема формирования прогноза человеческих ресурсов.

Эффективность и производительность поддерживаются тремя факторами:

- 1) качеством персонала, означающим, что сотрудники должны отвечать задачам и функциям компании;
- 2) организацией труда;
- 3) управлением рабочей силой.

На вооружении управления имеется достаточно солидный набор методов оценки персонала:

- градация - штатная структура;
- ценообразование - оценка стоимости рабочих мест;
- альтернатива для персонала - аутсорсинг;
- управление знаниями (Knowledge Management);
- ключевые компетенции (Core Competence);

- профиль управления командой (Team Management Profile);
- метод оценки возможностей и угроз, сильных и слабых сторон бизнеса – SWOT-анализ;
- методы «PwC Saratoga» Центра Саратога и других разработчиков;
- методы комплексной оценки персонала.

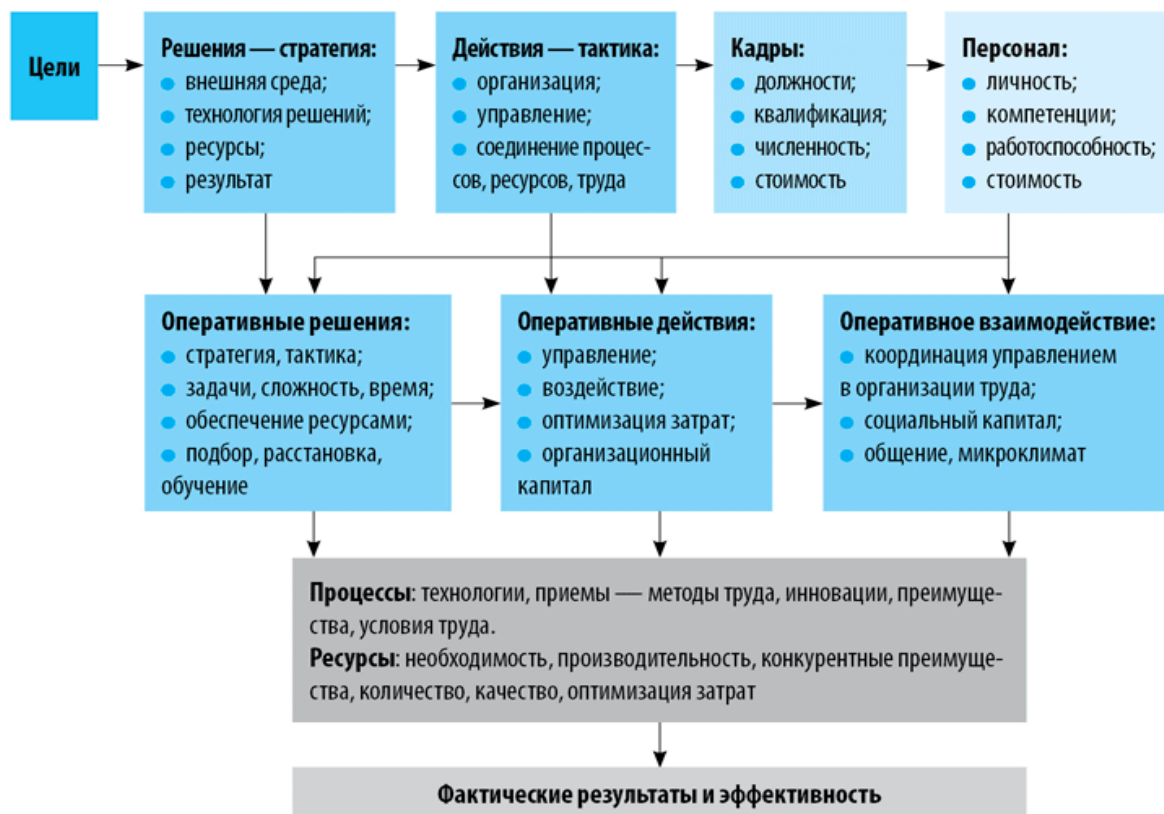


Рисунок 2 - Функциональная схема прогноза человеческих ресурсов

Оценка и измерения объектов проводятся с использованием тех или иных вышеперечисленных методов. При измерениях используются показатели и индикаторы. Индикаторы отличаются от показателей тем, что они всегда выражены в цифрах. Плотность измерений определяется частотой процессов. Измерения отражаются в информационной системе в формах ведущегося в настоящее время бизнес-учета. Фиксация измерений осуществляется методами, предусмотренными соответствующей политикой компании.

Показатели отражают влияние, оказываемое трудовыми ресурсами на интеграцию всех ресурсов, вовлеченных в производство продукции, и на соответствующие затраты, иными словами, на итоги деятельности.

Проведенная оценка трудовых ресурсов и результаты этой оценки оказывают влияние на потенциал сотрудников, на их поощрение и оплату труда, а также на выявление резервов труда, на принятие правильных решений и улучшение деятельности.

Эффективность трудовых ресурсов в узком смысле, означает «вытеснение» ненужного ресурса из производства т.е. безработицу; с другой - социально-экономическая эффективность предполагает полную занятость, достаточные условия для реализации и воспроизводства трудового потенциала [6].

Стратегия модернизации научно-технологического развития призывает заниматься гармонизацией отношений в обществе, стимулированием труда и экономической активности работников, поддержкой конкуренции, развитием личной инициативы граждан в обеспечении собственного благополучия. Однако в меняющихся

экономических условиях развёрнутое трудоустройство еще не вступило в силу [5]. Основными элементами эффективной занятости в обществе являются: формирование доходов государства; производство и реализация общественно полезной продукции; технический прогресс; повышение благосостояния граждан после повышения их профессионального уровня и квалификации; снижение напряженности на рынке труда [8].

В таблице 1 представлены характерные для российской экономики в последние годы изменения уровня экономической активности населения, уровня занятости и уровня безработицы.

Таблица 1

Уровень экономически активного населения, уровень занятости и безработицы в Российской Федерации в 2015-2021 гг. %

Уровень ЭАН	Уровень занятости	Уровень безработицы	Год
69,1	65,3	5,6	2015
69,5	65,7	5,5	2016
62,8	59,5	5,2	2017
62,8	59,8	4,8	2018
62,3	59,4	4,6	2019
62,0	58,4	5,8	2020
62,4	59,4	4,8	2021

Источник: Росстат. – М., 2022. - 151 с.- Rab_sila_2022.pdf (rosstat.gov.ru)

Не все однозначно в этих процессах. Например, при расчете уровня безработицы целесообразно учитывать ее потенциал, выделяя среди экономически неактивного населения группу людей, находящихся на границе между безработицей и экономической неактивностью. Сюда входят люди, которые выразили желание работать, но, согласно строгим критериям, не были классифицированы как безработные, потому что они искали работу, но не были готовы к ней или были готовы устроиться на нее, но по каким-то причинам не искали работу в последний месяц [6]. Динамика уровня безработицы в России по годам представлена на рисунке 3.

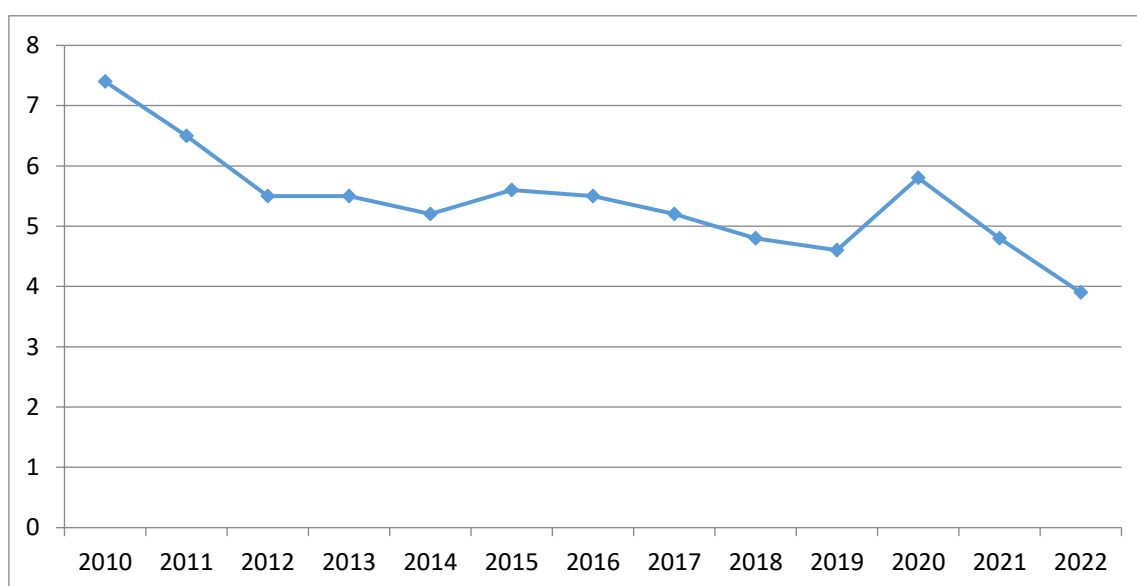


Рисунок 3 - Динамика уровня безработицы по годам (%)

Одним из главных вопросов, связанных с оценкой эффективности использования ресурсов труда в экономической системе, является вопрос количественной оценки масштабов неполной занятости, другими словами, неполное применение потенциала занятых сотрудников. Некоторые исследования в этом направлении проводятся зарубежными и российскими специалистами [9], но, к сожалению, до сих пор не существует единого комплексного метода, который позволил бы достоверно оценить данную проблему. Для характеристики эффективного использования ресурсов труда в экономике необходимо исследование различных аспектов безработицы и неполной занятости населения. Так, одной из главных проблем современной экономики Российской Федерации является неэффективное использование и недоиспользование трудового потенциала формально занятых на полную ставку сотрудников, которые не попадают в категорию неиспользованной рабочей силы.

В исследовании, проведенном Международной организацией труда и Международной конференцией статистики труда, статус занятости рабочей силы распространяется на невидимую неполную занятость, где работники не работают в полную силу из-за неправильного разделения труда или глубокого дисбаланса между рабочим местом и другими факторами производства. Симптомами невидимой неполной занятости, по мнению зарубежных экспертов, являются низкий доход, неполное использование квалификации, низкая эффективность труда [2].

В таблице 3 представлены данные о населении трудоспособного возраста, ищущем дополнительную работу или имеющем две и более работы.

Таблица 3

Занятое население, ищущее дополнительную работу, тыс. чел.

Год	Ищут дополнительную работу	Имеют две и более работ	Всего
2015	6025	291	72324
2016	5514	317	72393
2017	5058	268	72316
2018	4689	246	72532
2019	5679	333	71933
2020	6919	347	70601
2021	6676	283	71719

Источник: [Росстат. – М., 2022. – 151 с.- Rab_sila_2022.pdf (rosstat.gov.ru)]

Таблица 4 показывает, что более 20% работников заняты в теневом секторе экономики, при этом доля работников, задействованных в нём, имела тенденцию к увеличению за последние годы.

Таблица 4

Занятые в неформальном секторе, тыс. чел.

Год	Занятые в неформальном секторе, в процентах от общей численности занятого населения	Всего
2015	20,5	14827
2016	21,2	15370
2017	19,8	14324
2018	20,1	14581
2019	20,6	14800
2020	20,0	14122
2021	20,3	14571

Источник: [Росстат. – М., 2020. – 145 с.]

В заключение можно утверждать, что на данном этапе экономического развития России, при котором безработица существенно переплетается с дополнительной занятостью, имеется неполная занятость в разных формах, обширна занятость в теневом секторе труда, в ней изучается только уровень применения ресурсов труда через общие показатели экономической активности, занятости, а также безработицы. Однако этих факторов недостаточно для полного изучения вопроса, и в настоящее время проводятся дальнейшие исследования этого явления с целью разработки новых методов измерения производительности.

В сфере рисков в настоящее время поднимаются только вопросы, связанные с изучением рисков в различных сферах деятельности предприятия, опуская обсуждение одного из основных аспектов - рисков работы с персоналом. Именно учет этого риска необходим большинству руководителей.

Многие работодатели обеспокоены тем, что их таланты перейдут в другие компании, поскольку в настоящее время конфликт за квалифицированных работников порою перерастает в войну. Предпосылками такой борьбы являются появление компаний, которые ищут лучших сотрудников на заказ, а также все более широкое использование «золотых наручников» в виде специальных денежных выплат лучшим сотрудникам за их дальнейшую работу в компании [3].

Внутренние факторы выявляют кадровые риски, которые кажутся признаками успешной реализации стратегических целей компании. Основной задачей компании в области рисков является выявление «уязвимых мест» и оптимизация бизнес-процессов.

Некоторые специалисты видят падение потенциала развития предприятий не только в угрозах потери лидерских позиций или снижения прибыльности, но и в рисках, характеризующихся снижением прибыльности из-за человеческого фактора [4]. Кадровые риски учитываются многими компаниями, например, по международному рейтингу Ernst&Young эти риски находятся на пятом месте, а по отчетам международной аудиторской компании KPMG в странах СНГ эти риски представляют наибольшую опасность для бизнеса. Поэтому, чтобы гибко и своевременно реагировать на кадровые риски, организации должны принимать их во внимание и управлять ими. Однако в практике управления в национальных организациях не хватает данных о том, как выявлять кадровые риски, и в целом понимания того, как ими необходимо управлять [7].

Риск человеческих ресурсов определяется как «риск в сочетании с вероятностью реализации техногенных опасностей, т.е. опасностей, исходящих от людей». Риск человеческих ресурсов также определяется как важность утечки ресурсов или прибыли компании по сравнению с вариантами управления человеческими ресурсами, исходя из возможных здесь ошибок [4].

Таким образом, стратегическое управление эффективностью использования трудовых ресурсов возможно с учетом всех исследованных факторов и применением методов повышения продуктивности, результативности и производительности труда и при условии учета рисков, возникающих не только в производственном процессе, но и при управлении трудовыми ресурсами, учитывающими человеческий фактор.

Список использованных источников и литературы

1. Зябликов Т.В. Теоретические аспекты эффективной занятости населения // Электронный журнал «Исследовано в России» - 2004 - С. 2030-2057.
2. Капелюк З.А. Сравнительный анализ производительности труда в России и странах мира // Потребительская кооперация. 2018. № 1(60). С. 59-63.
3. Капустина Н.В. Риски управления персоналом // Экономика образования. 2008. №4. С. 139-142.
4. Киселева И.А., Симонович Н.Е. Оценка рисков с учетом влияния человеческого фактора // Экономический анализ: теория и практика, 2014, 2 (353). С. 21-26.
5. Кондратьева Е.В. Факторы повышения производительности труда в современной экономике России // Экономический анализ: теория и практика.

2015. № 32 (431). С. 27–38.

6. Ленин В.И. Великий почин. Полн. собр. соч. Т. 39. С. 21.
7. Митрофанова А.Е. Концепция управления кадровыми рисками в работе с персоналом организации // Компетентность. 2013. №3.
8. Новицкая О.Н. Занятость населения и повышение ее эффективности на современном этапе /дисс. на соис. степ канд. экон. наук по спец. ВАК РФ 08.00.05.- Экономика и управление народным хозяйством, 2003, 164 с.
9. Облаухова М. В. Количественная оценка масштабов неполной занятости: основные подходы и проблемы // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2014. Т. 20. – С.2756–2760. – URL: <http://e-oncept.ru/2014/54815.htm>.

Literature

1. Zyablikov T.V. Theoretical aspects of effective employment of the population//Electronic journal "Researched in Russia"-2004-pp.2030-2057.
2. Kapelyukz.A. Comparative analysis of labor productivity in Russia and the countries of the world // Consumer Cooperation.2018.No. 1(60). pp. 59-63.
3. Kapustina N.V. Risks of personnel management //Economics of Education.2008. No.4. pp.139-142.
4. Kiseleva I.A., Simonovich N.E. Risk assessment taking into account the influence of the human factor //Economic analysis: Theory and Practice, 2014, 2 (353). pp.21-26.
5. Kondratieva E.V.Factors of increasing labor productivity in the modern economy of Russia // Economic analysis: theory and practice. 2015. No. 32 (431). pp. 27-38.
6. Lenin V.I. The Great Initiative. Complete collection of soc. T. 39. p. 21.
7. Mitrofanova A.E. The concept of personnel risk management in working with the personnel of the organization // Competence. 2013. No.3.
8. Novitskaya O.N. Employment of the population and increasing its efficiency at the present stage /diss. on sois. step Candidate of Economic Sciences in spec.Higher Attestation Commission of the Russian Federation 08.00.05.- Economics and management of the national economy, 2003, 164 p.
9. Oblaukhova M. V. Quantitative assessment of the extent of underemployment: basic approaches and problems // Scientific and methodological electronic journal "Concept". 2014. Vol. 20. – PP.2756–2760. – URL: <http://e-oncept.ru/2014/54815.htm> .

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332.122

DOI 10.58551/20728115_2023_10_59

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ СФЕРЫ УСЛУГ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИЗМЕНЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Гречина Ирина Викторовна

Доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой высшей и прикладной математики, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

E-mail: GrechinaIra2@mail.ru

Юдина Виктория Сергеевна

Старший преподаватель кафедры высшей и прикладной математики, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

E-mail: yudina.viktorya@yandex.ru

Тишаева Валерия Дмитриевна

Аспирант кафедры высшей и прикладной математики, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

E-mail: jennytish95@mail.ru

Развитие региональной экономики сферы услуг в настоящее время зависит от многих факторов, среди которых весомое значение имеет производительность труда. На данный фактор обращается все большее внимание как ученых, так и практиков. Особую актуальность влияние данного фактора приобрело на предприятиях сферы услуг, где конечные результаты деятельности напрямую зависят от производительности и качества труда, профессиональных компетенций персонала. Прогнозирование изменения региональной экономики в сфере услуг от производительности труда приобретает большее значение для развития всей экономики Российской Федерации.

Ключевые слова: региональная экономика, сфера услуг, индекс производительности труда, моделирование, прогнозирование, регрессионный анализ, развитие

DEVELOPMENT OF THE REGIONAL ECONOMY OF THE SERVICE SECTOR DEPENDING ON CHANGES IN LABOR PRODUCTIVITY

Grechina Irina Viktorovna

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Head of Department higher and applied mathematics, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky

E-mail: GrechinaIra2@mail.ru

Yudina Victoria Sergeevna

Senior Lecturer, Department of Higher and Applied Mathematics,
Donetsk National University of Economics and Trade named
after Mikhail Tugan-Baranovsky

E-mail: yudina.viktorya@yandex.ru

Tishaeva Valeria Dmitrievna

Postgraduate student of the Department of Higher and Applied Mathematics,
Donetsk National University of Economics and Trade named
after Mikhail Tugan-Baranovsky

E-mail: jennytish95@mail.ru

The development of the regional economy of the service sector currently depends on many factors, among which labor productivity is of significant importance. This factor is receiving increasing attention from both scientists and practitioners. This factor is of particular relevance in service sector enterprises, where often the final results of activities directly depend on the productivity and quality of labor, and the professional competencies of personnel. Forecasting changes in the regional economy in the service sector from labor productivity is becoming increasingly important for the development of the entire economy of the Russian Federation.

Keywords: regional economy, service sector, labor productivity index, modeling, forecasting, regression analysis, development.

Развитие региональной экономики сферы услуг зависит от рынка труда, производительности труда, занятости населения и многих других факторов. На данный момент было обращено внимание ученых классиков (А. Смитта, Д. Кейнса, К Маркса и пр.) что подчеркивает актуальность исследуемой проблемы, независимо от времени и пространства.

Роль рынка труда в экономике страны и регионов рассматривается в симбиозе со спецификой и особенностями их регионального развития, человеческим и трудовым потенциалом территорий, функционированием рынка труда. Среди отечественных ученых значительный вклад в исследуемые вопросы внесли Ж.Я. Колычева, Е.С. Узякова, А.А. Широу, З.С. Мусаева, И.С. Алексеенков, Л.М. Идигова, П.С. Туганова [1 – 7] и др.

В качестве порогового уровня относительно стабильного и безопасного развития регионов предложены показатели по Российской Федерации в целом. Это позволяет определить ведущие регионы, с той целью, чтобы впоследствии выявить положительные или отрицательные факторы, связанные спецификой развития их экономики. Следует отметить, что основными векторами роста экономики страны согласно данным Росстата на 2021 г., являются «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» (116,3%), ЖКХ (106,0%) и профессиональная, научная и техническая деятельность (105.8%). Это связано с увеличением спроса на внутренний туризм и развитием региональных научных центров.

Таблица 1

Динамика индекса производительности труда в сферах экономической деятельности Российской Федерации* за 2017 – 2021 г.г. %

	2017	2018	2019	2020	2021
В целом по экономике РФ	102,1	103,1	102,4	99,6	103,7
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	103,0	104,4	100,6	78,7	116,3

Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	98,8	102,6	105,8	103,4	106,0
Деятельность профессиональная, научная и техническая	105,1	106,4	107,9	104,7	105,8
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	99,9	103,0	100,2	99,2	105,7
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	100,4	101,8	101,6	104,0	103,8
Деятельность в области информации и связи	101,2	103,7	106,1	101,8	103,7
Транспортировка и хранение	100,1	101,5	101,0	89,8	102,8
Обрабатывающие производства	104,3	105,1	103,6	104,2	102,6
Строительство	97,2	100,8	96,8	100,3	99,7

*по данным Росстата (составлено автором)

По данным таблицы 1, можно судить, что самые низкие показатели характерны для секторов «Строительство» (99,7,0%) и «Обрабатывающее производство» (102,6%), а также сфера торговли и связь (103,7 и 103,8 % соответственно). Это связано с нестабильностью валютного рынка и с длительной борьбой с COVID-19 (снижение доходов, карантин и пр.), ограничениями в транспортных потоках, логистики. В настоящее время экономика Российской Федерации несмотря на санкции находит выход из кризиса путем развития импортозамещения и поддержки отечественного производителя, что дает надежду на рост показателей и улучшение макроэкономической ситуации.

Следует отметить, что территориальные особенности индекса производительности труда показывают разноплановые тенденции в его изменении (Таблица 2). Позитивным фактором является выход на первые позиции г. Санкт-Петербург и Московской области. Первый из перечисленных субъектов в 2017 г. занимал 73-е место, второй – 63-е. В большинстве регионов индекс производительности труда не достигает 110%. Среди федеральных округов по этому показателю выделяются Северо-Западный, Дальневосточный и Центрально-федеральный, в которых по итогам 2021 г. во всех субъектах индекс превышал 100%. Максимальные показатели в каждом из них относительно высокие (120,3% в Санкт-Петербурге, 108,5 в Амурской области и 109,6% в Москве). Лидирующее положение среди субъектов Федерации 2021 г. занял Санкт-Петербург, где в последние годы реализуются крупные экономические проекты федерального значения.

Таблица 2

**Динамика индекса производительности труда
в регионах РФ* за 2017 – 2021 г.г.**

Регион	2017 г.	Регион	2021 г.
Еврейская автономная область	113,5	г. Санкт-Петербург	120,3
Астраханская область	109,9	Республика Саха (Якутия)	115,6
Тюменская область	108,9	Владимирская область	115,0
Калужская область	107,5	Ненецкий автономный округ	112,7
Магаданская область	106,2	г. Москва	109,6
Пермский край	106,2	Амурская область	108,5
Архангельская область	106,0	Еврейская автономная область	108,0

Брянская область	105,6	Кемеровская область - Кузбасс	107,4
Саратовская область	105,6	Новосибирская область	106,7
Ленинградская область	105,3	Тюменская область	106,4

*по данным Росстата (составлено автором)

Рассмотрим факторы, позволяющие дать оценку производительности труда по регионам с помощью таких показателей: занятость рабочей силы, индексы объема услуг и промышленного производства, стоимость основных фондов, индексы производства по видам экономической деятельности. Данные, таблицы 3, показывают рейтинг регионов по индексу производительности 2021 г.

Таблица 3

Основные показатели регионов-лидеров по производительности труда за 2021 г.*

Субъект-лидер	ИПТ	УЗН	ПСОФ	ИПД	ИПО	ИИОК	ИИПТ
г. Санкт-Петербург	120,3	66,5	106,2	131,9	106,4	111,5	102,0
Республика Саха (Якутия)	115,6	62,4	117,6	117,8	100,2	174,9	108,7
Владимирская область	115,0	59,3	106,9	113,1	104,7	87,1	91,9
Ненецкий автономный округ	112,7	68,2	120,5	117,8	112,3	110,1	103,7
г. Москва	109,6	66,2	107,5	103,8	140,1	135,7	107,0
Амурская область	108,5	59,6	110,6	95,4	110,8	111,3	95,0
Еврейская автономная область	108,0	57,1	106,1	86,6	100,1	102,2	91,2
Кемеровская область	107,4	55,1	106,2	107,5	103,5	116,2	94,6
Новосибирская область	106,7	58,8	107,3	112,1	111,7	141,5	102,3
Тюменская область	106,4	57,3	106,9	95	108,5	72,5	85,5

Примечание: ИПТ – индекс производительности труда, в % к предыдущему году; УЗН – уровень занятости населения, %; ПСОФ – прирост стоимости основных фондов, в % к предыдущему году; ИПД – индекс производства по виду экономической деятельности «Добыча полезных ископаемых», в % к предыдущему году; ИПО – индекс производства по виду экономической деятельности «Обрабатывающие производства», в % к предыдущему году; ИИОК – индекс физического объема инвестиций в основной капитал, в % к предыдущему году; ИИПТ – интегральный индекс производительности труда, в % (2021 год)

Данная работа основана на оценки возможности развития региональной экономики сферы услуг в зависимости от изменения индекса производительности труда и определяющих его факторов за 2009-2022 гг. и 2018-2022 гг. На 2023 г. по полученной линейной модели корреляции данных делается прогноз. Прогнозирование экономических явлений и процессов, как правило, включает в себя определенные этапы:

- Этап 1. Постановка задачи и сбор необходимой информации;
- Этап 2. Систематизация и первичная обработка исходных данных;
- Этап 3. Определение спектра возможных моделей прогнозирования;
- Этап 4. Оценка основных параметров выбранной модели;
- Этап 5. Исследование качества выбранных моделей, адекватности их реальному процессу;
- Этап 6. Построение прогноза.

Прогноз может основываться на выявлении закономерностей, объясняющих динамику процесса в прошлом и использование этих закономерностей для описания

развития их в будущем. Проведение анализа развития и прогнозирование опирается на математический аппарат, предъявляющий определенные требования к исходной информации [8].

В практике прогнозирования принято считать, что значения уровней временных рядов экономических показателей состоят из следующих компонентов: тренда, сезонной, циклической и случайной составляющих.

Под трендом принято понимать изменение, определяющее общее направление развития, основную тенденцию временного ряда. Это систематическая составляющая долговременного действия. Разработка прогноза может осуществляться с использованием кривых роста (линий тренда) [9]. На основании данных, размещенных Федеральной службой государственной статистики (Росстатом) в свободном доступе, проведено моделирование и прогнозирование показателя с применением корреляционно-регрессионного анализа [10]. Основополагающим вектором старта и дальнейшего развития Российской Федерации Указом Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» был начерчен рост производительности труда

Производительность труда в общем смысле представляет собой один из важнейших показателей, который характеризует качественный уровень развития производительных сил, эффективность использования трудового и производственного потенциала страны. Росстат согласно приведенной на сайте методологии рассчитывает этот показатель в виде отношения индекса физического объема ВВП периода n к периоду $n-1$ к индексу совокупных затрат труда периода n к периоду $n-1$.

Основной целью исследования является анализ данных и статистическое моделирование значения индекса производительности труда в РФ. Для построения модели важно изначально определить, какие факторы могут оказывать значительное влияние на индекс производительности труда (Y). В качестве факторов выделяются следующие:

x_1 - инвестиции в основной капитал, млрд. руб.

x_2 - число прибывших в РФ, чел.

x_3 - реальная начисленная заработная плата населения, процент к предыдущему периоду

x_4 - индекс фондовооруженности, процент к предыдущему периоду.

Данные, которые понадобятся для построения модели, представлены в таблице 4. Таблица составлена по данным Росстата (дата обращения 06.09.2023 г.).

Таблица 4

**Данные для статистического моделирования
индекса производительности труда**

Год	Y	x_1	x_2	x_3	x_4
2008	104.8	8781616.4	2215945	111.5	102.9
2009	95.9	7976012.8	1987598	96.5	106.3
2010	103.2	9152096.0	2102304	105.2	102.2
2011	103.8	11035652.0	3415055	102.8	103.5
2012	103.3	12586090.4	4196143	108.4	99.3
2013	102.2	13450238.2	4496861	104.8	100.8
2014	100.7	13902645.3	4663427	101.2	113.5
2015	98.9	13897187.7	4734523	91.0	96.8
2016	100.2	14748846.9	4706411	100.8	100.9
2017	101.9	16027302.0	4735000	102.9	103.9
2018	103.1	17782012.3	4911566	108.5	103.9
2019	102.4	19318812.0	2841496	103.8	97.7

2020	99.6	20393742.2	2479786	102.7	97.4
2021	103.7	23239504.0	2519646	96.5	101.4

Рассчитаем необходимые коэффициенты парной корреляции представленных данных, используя табличный редактор MS Excel. По итогу расчета получим некоторую таблицу коэффициентов, которую необходимо проанализировать (Таблица 5).

Таблица 5

Корреляционная таблица

	Y	x_1	x_2	x_3	x_4
Y	1				
x_1	0,12	1			
x_2	-0,01	0,15	1		
x_3	0,66	-0,18	-0,05	1	
x_4	-0,08	-0,32	0,15	0,07	1

Анализируя матрицу парных коэффициентов корреляции (Таблица 4) можно сделать вывод, что индекс производительности труда имеет наиболее тесную связь с реальной начисленной заработной платой, выраженной в процентах к предыдущему периоду.

Переменная x_3 , между Y и x_3 наблюдается прямая (положительная) связь; коэффициент корреляции при этом равен 0,66. Поэтому, при дальнейшем построении линейного уравнения регрессии будет учитываться только данный показатель как самый информативный [10].

Следующий этап исследования – это построение уравнения линейной регрессии (модели связи), т.е. некоторой математической функции, объясняющей влияние факторных переменных на зависимую переменную (Таблица 6).

Таблица 6

Итоговые результаты регрессионного анализа

	Коэфф.	Ст. ошибка	t-стат.	P-Значение	Нижние 95%	Верхние 95%
Y	71,32	9,91	7,20	0,00	49,73	92,91
x_3	0,30	0,10	3,07	0,01	0,09	0,51

По результатам регрессионного анализа получено следующее уравнение регрессии (1):

$$\tilde{Y} = 71.32 + 0.30x_3 \quad (1)$$

Множественный коэффициент корреляции равен 0,663, это означает, что вариация значений индекса производительности труда на 66,3% зависит от вариации размера реальной начисленной заработной платы и на 33,7% от вариации других факторов. Полученная модель значима согласно критерию Фишера $F = 9.42$ (табличное значение F-статистики меньше рассчитанного значения на 5% уровне значимости и статистически значимо). Экономический смысл полученного уравнение регрессии (1) следующий: при росте размера реальной начисленной заработной платы на 1 единицу, индекс производительности труда в среднем повысится на 0,3%. Одной из основных задач при проведении статистического анализа является прогнозирование

дальнейшего состояния исследуемого объекта. Построение прогнозных значений индекса производительности труда на 2022 г. дал следующие результаты (Рисунок 1).

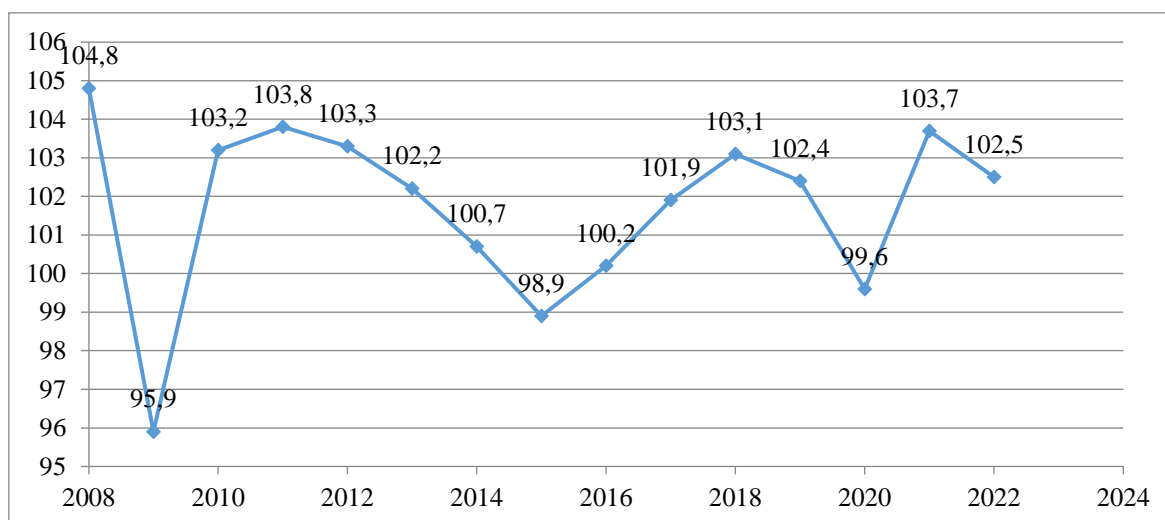


Рисунок 1 – Прогнозное значение индекса производительности труда в РФ на 2022 – 2023 г.г.

На рисунке 1 четко видно, что индекс производительности труда будет составлять 102,5% в 2022 г., что на 1,2% меньше, чем в 2021 г. На 2023 г. видно снижение данного показателя. То есть, наблюдается спад индекса производительности труда. Одновременно с точечным прогнозом необходимо рассчитать доверительный интервал, отвечающий полученному прогнозному значению. Его вычисление имеет следующий смысл: найти интервал, в который с заданной вероятностью попадет значение оцениваемого в работе параметра. Рассчитаем доверительный интервал, который с вероятностью 95% будет содержать прогнозное значение индекса производительности труда. Расчет производится с использованием стандартной ошибки прогноза. В ходе расчетов было получено, что стандартная ошибка прогноза $S_{(\Delta p)}$ составляет 1,87%. Построим доверительный интервал с вероятностью γ , равной 95% или 0,05 для прогнозного значения 2022 г. Для того чтобы построить интервал необходимо знать критическую точку распределения Стьюдента. Было получено, что $t(0,05;14)$ составляет 2,14.

Доверительный интервал находится следующим образом (2):

$$\begin{aligned} \tilde{Y} - S_{(\Delta p)} \cdot t(\alpha, n) < Y_p < \tilde{Y} + S_{(\Delta p)} \cdot t(\alpha, n) \\ 102,5 - 1,87 \cdot 2,14 < Y_p < 102,5 + 1,87 \cdot 2,14 \\ 98,5 < Y_p < 106,5 \end{aligned} \quad (2)$$

Таким образом, индекс производительности труда по РФ в целом в 2022 г. предположительно составлял 102,5% к 2021 г. или с надежностью 95% попадает в интервал от 98,5% до 106,5%.

Производительность труда как индикатор эффективности региональной экономики четко отражает современные и потенциальные возможности Российской Федерации, но не всегда он зависит сырьевого сектора. Важными факторами роста производительности труда в регионах являются эффективность управления, профессиональные навыки региональных менеджеров, их знания, компетентность и умение разрабатывать благоприятные сценарии развития, а главное – их реализовывать.

В целом, по полученным результатам можно сделать следующий вывод: размер реальной начисленной заработной платы является одним из ключевых факторов, определяющим изменение индекса производительности труда в РФ. Производительность труда как показатель эффективности национальной экономики чувствителен к изменению множества факторов. Однако, наметившиеся положительные темпы российского труда на протяжении последних лет, социально-экономический потенциал страны и ключевая роль национального проекта «Производительность труда и поддержка занятости» имеют кумулятивный эффект по отношению к национальной экономике, который реализуется в краткосрочной перспективе.

Список использованных источников и литературы

1. Колычева, Ж. Я. Мотивация и стимулирование труда в условиях инновационной деятельности / Ж. Я. Колычева, А. Л. Орлова // Транспорт: наука, образование, производство: Сборник научных трудов Международной научнопрактической конференции, Ростов-на-Дону, 23–26 апреля 2019 года. Том 5. – Ростовна-Дону: Ростовский государственный университет путей сообщения, 2019. – С. 173 – 176.
2. Узякова Е. С. Анализ и прогнозирование занятости и затрат труда в российской экономике // Проблемы прогнозирования М.: Наука/Интерпериодика, 2015 № 4 (151). С. 58–70.
3. Широ А. А. Система мер по восстановлению экономического роста в России. Проблемы прогнозирования М.: Наука/Интерпериодика, 2018 № 1 С. 3–9.
4. Мусаева З.С. Особенности региональных экономик России // Вестник университета. 2017. № 4. С. 17 – 22.
5. Алексеенков, И.С. Оценка эффективности управления человеческими ресурсами в сфере информационных технологий на международном рынке труда / И.С. Алексеенков, А.К. Кочиева // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. — 2022. — № 6 (145). — С. 7 – 10.
6. Идигова, Л.М. Человеческий ресурс в инновационно-ориентированной цифровой стратегии социально-экономического развития / Л.М. Идигова, С.Х. Сулумов, Б.Х. Рахимова // Тенденции развития науки и образования. — 2020. — № 64 – 2. — С. 134 – 137.
7. Туганова, П.С. Цифровизация управления человеческими ресурсами: проблемы и перспективы / П.С. Туганова // Вестник современных исследований. — 2018. — № 10.6 (25). — С. 239 – 243.
8. Дуброва, Т. А. Статистические методы прогнозирования в экономике. – М., 2004. – 341 с.
9. Статистическое моделирование и прогнозирование / Под ред. А.Г. Гранберга. – М.: Финансы и статистика, 1990. – 258 с.
10. Читая, Г. О. и др. Эконометрика и экономико-математические методы и модели: учебное пособие / Под ред. Г.О. Читая, С.Ф. Миксюк. Минск: БГЭУ, 2018. - 511 с.
11. Российский статистический ежегодник. 2022: Стат. сб./Росстат. – Р76 М., 2022 – 691 с.
12. Суворова, В.В., Тимарсуев, М.В. Региональный аспект анализа производительности труда // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 46 (373). – С. 56 – 65.

УДК 339.138
DOI 10.58551/20728115_2023_10_67

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА НА ФОРМИРОВАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА

Давидчук Надежда Николаевна

Доктор экономических наук, профессор
кафедры информационных систем и технологий управления
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «ДОННУЭТ имени Михаила Туган-Барановского»
E-mail: ndavidchuk7@gmail.com

Шершнева Анна Викторовна

Кандидат экономических наук, доцент
заведующая кафедрой информационных систем и технологий управления
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «ДОННУЭТ имени Михаила Туган-Барановского»
E-mail: avsher@bk.ru

Пальчикова Наталья Сергеевна

Старший преподаватель, аспирант
кафедры информационных систем и технологий управления
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «ДОННУЭТ имени Михаила Туган-Барановского»
E-mail: tashalybennikova@mail.ru

В статье на основании анализа маркетинговой среды, которая претерпела изменения, разработан научно-методический подход оценки влияния цифрового маркетинга на формирование и продвижение бренда. Рассмотрено влияние элементов цифрового маркетинга на продвижение брендов продовольственных товаров, производимых на территории Донецкой Народной Республики, с целью формирования стратегии развития рынка продовольствия. Выделенные элементы цифрового маркетинга, оказывающие влияние на формирование и продвижение бренда, а также ключевые факторы влияния бренда на потребительский спрос, позволили произвести оценку влияния цифровых технологий на продвижение бренда предприятиями Донецкой Народной Республики. На основании исследований было установлено, что возможности цифрового маркетинга используются не в полной мере.

Ключевые слова: бренд, маркетинговая среда, цифровой маркетинг, цифровые технологии.

SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACH TO ASSESSING THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING ON BRAND FORMATION AND PROMOTION

Davidchuk Nadezhda Nikolaevna

Doctor of Economics, Professor of Information Systems
and Management Technologies' Department,
Federal State Budgetary Educational Institution

of Higher Education " DONNUET named after Mikhail Tugan-Baranovsky"
E-mail: ndavidchuk7@gmail.com

Shershneva Anna Viktorovna

Candidate of Economic Sciences, Head
of Information Systems and Management Technologies' Department
Federal State Budgetary Educational Institution
of Higher Education " DONNUET named after Mikhail Tugan-Baranovsky"
E-mail: avsher@bk.ru

Palchikova Natalia Sergeevna

postgraduate student, senior lecturer
of Information Systems and Management Technologies' Department
Federal State Budgetary Educational Institution
of Higher Education " DONNUET named after Mikhail Tugan-Baranovsky"
E-mail: tashalybennikova@mail.ru

In the article, to assess the impact of digital marketing on the brand's formation and promotion, has been developed a scientific and methodological approach based on the analysis of the marketing environment that has undergone changes. The digital marketing elements' influence on the promotion of food products brands produced on Donetsk People's Republic territory is considered in order to form a strategy for the food market development. The identified elements of digital marketing that influence the formation and brand promotion, as well as the brand's influence key factors on consumer demand, made it possible to assess the digital technologies' impact on brand promotion by Donetsk People's Republic enterprises. Based on research, it was found that the possibilities of digital marketing are not fully used.

Keywords: brand, marketing environment, digital marketing, digital technologies.

Маркетинговая среда претерпела существенные изменения за счет внедрения цифровых технологий в деятельность предприятий. Интернет-модификация современной экономики образовала цифровой маркетинг, который виртуально связывает и устанавливает более тесный контакт между производителями и потребителями, расширяет возможности коммуникаций, усиливает маркетинговую политику продвижения товаров, политику взаимодействия с потребителем, политику партнерства, политику брендинга.

Цифровой маркетинг формирует глобальную маркетинговую среду в поле Интернет-оболочки, в которой существенно расширяются возможности работы с целевой аудиторией и облегчается продвижение брендов.

Значительный вклад в исследование концептуальных вопросов цифрового маркетинга внесли отечественные и зарубежные ученые [1-6]. Однако проведенный компаративный анализ научных источников и практика отечественных производственных и торговых предприятий относительно влияния элементов цифрового маркетинга на продвижение бренда дают возможность констатировать, что на современном этапе отсутствует инструментарий определения оценки влияния цифрового маркетинга на продвижение бренда.

До появления цифрового маркетинга, покупатели в основном придерживались определенных брендов, однако цифровые технологии существенно повлияли на лояльность потребителей, которые широко взаимодействуют с брендами в сетях. Широта информации, представленная в Интернет о товарах, дает возможность клиентам принимать во внимание скидки, ценность бренда, поддержку потребителя [1, 114].

В научной литературе существует множество трактовок цифрового маркетинга, среди которых можно выделить следующие: совокупность инструментов продвижения,

задействующих цифровые каналы [2]; интерактивный маркетинг взаимодействия с использованием информационно-коммуникационных технологий [3]; маркетинг товаров и услуг, который использует цифровые каналы в целях привлечения и удержания клиентов, со своими уникальными особенностями, которые основываются на цифровых технологиях [4]. Элементы цифрового маркетинга (цифровые тактики инструментов, каналы связи для общения с целевой аудиторией), их функции и условные обозначения представлены в таблице 1.

Таблица 1

Элементы цифрового маркетинга, оказывающие влияние на формирование и продвижение бренда

Название элемента цифрового маркетинга	Функции элемента цифрового маркетинга	Условное обозначение
Поисковая оптимизация (SEO) (инфографика, блоги, web-сайты)	Дает возможность бренду занимать более высокие позиции в выдаче поисковой информации.	E_1^{dm}
Контент-маркетинг (инфографика, посты в блогах, подкасты, электронные книги и статьи, онлайн каталоги, влоги, лид-магниты)	Дает возможность создания и продвижения контента для повышения узнаваемости бренда.	E_2^{dm}
Маркетинг в социальных сетях (SMM)	Дает возможность повышения узнаваемости бренда.	E_3^{dm}
Реклама с оплатой за клик (PPC) (платная реклама, контекстная и поисковая реклама, рекламные сообщения, рекламные твиты).	Дает возможность привлечения трафика на сайт.	E_4^{dm}
Нативная реклама	Дает возможность продвижения бренда за счет полезной и интересной информация, которая не выделяется из основного контента.	E_5^{dm}
Автоматизация маркетинга (контроль за результатами рекламной кампании и отчетностью, обновление списка контактов, почтовые рассылки, повышение квалификации лидов, <u>лид скоринг</u> , график размещения постов в социальных сетях)	Автоматизация основных маркетинговых функций для продвижения бренда с использованием специального ПО.	E_6^{dm}
Email маркетинг (рассылка писем, письма приветствия, советы, информация об акциях, подписка на новостные порталы)	Общение с аудиторией для продвижения бренда	E_7^{dm}
Online-PR (онлайн-обзоры товаров и услуг, PR аутрич, комментарии на сайтах или блогах)	Обеспечивает большой охват аудитории для продвижения бренда	E_8^{dm}
Входящий маркетинг (Inbound marketing)	Обеспечивает продвижения бренда за счет привлечения, вовлечения и удовлетворения клиентов при помощи контента	E_9^{dm}

Источник: выделено авторами на основе [1-6]

Благодаря цифровым технологиям маркетинг стал многоканальным и включает в себя традиционный маркетинг и цифровой. Согласно мнению авторов [2-5], на модель потребительского поведения существенно влияют цифровые технологии, мнение о брендах меняется в онлайн сообществах. Цифровая молва существенно влияет на продажи брендов и принятие решений о покупке. Покупатели охотно делятся своим мнением о товаре в сетях, что дает возможность оценить покупку, скорость доставки, возможность возврата товара. Ключевые факторы влияния бренда на потребительский спрос выделены в таблице 2.

Таблица 2

Ключевые факторы влияния бренда на потребительский спрос

Название фактора	Выгода для потребителя	Условное обозначение
Эмоции	Получение потребителем положительных эмоций и чувств при выборе товара определенного бренда.	KF_1^{kd}
Удовлетворение	Удовлетворение потребителем своих потребностей при выборе и приобретении товара определенного бренда.	KF_2^{kd}
Идентификация товара	Быстрый поиск и идентификация товара потребителем.	KF_3^{kd}
Гарантия	Гарантия получения товара потребителем высокого качества и сведение рисков к минимуму.	KF_4^{kd}
Престиж	Демонстрация потребителем своего более высокого социального положения, приобретение статуса в своем окружении.	KF_5^{kd}
Экономия времени	Экономия времени при быстрой идентификации товара.	KF_6^{kd}
Эстетика	Получение эстетического удовольствия от внешнего вида товара, дизайна, упаковки.	KF_7^{kd}
Социальное признание	Получение одобрения потребителя определенного бренда среди значимого социального окружения	KF_8^{kd}
Оптимизация	Получение уверенности в оптимизации правильного выбора товара определенного бренда	KF_9^{kd}
Индивидуализация	Способ выражения своих индивидуальных качеств, самовыражение.	KF_{10}^{kd}
Информирование	Доступность информации для потребителя о свойствах, назначении и качестве товара, его особенностях. Получение информации о фирме производителе.	KF_{11}^{kd}

Источник: выделено авторами на основе [7-10]

Влияние цифрового маркетинга на формирование и продвижение бренда основывается на элементах цифрового маркетинга и влиянии бренда на потребительский спрос и рассчитывается по формуле (1).

$$I^{DM} = \sqrt{I^{E^{dm}} \times I^{KF^{kd}}} \quad (1)$$

где I^{DM} - интегральный показатель оценки влияния цифровых технологий на формирование и продвижение бренда;

$I^{E^{dm}}$ - интегральный показатель оценки элементов цифрового маркетинга;

$I^{KF^{kd}}$ - интегральный показатель оценки влияния бренда на потребительский спрос.

Формулы расчета интегральных показателей оценки элементов цифрового маркетинга и оценки влияния бренда на потребительский спрос приведены в таблице 3.

Формулы расчета интегральных показателей

Формула	Обозначение
$I^{E^{dm}} = \sqrt[n]{\sum_{i=1}^n (w_i^{E^{dm}} \times E_i^{dm})}$	$I^{E^{dm}}$ - интегральный показатель оценки элементов цифрового маркетинга; E_i^{dm} - коэффициент оценки i -го элемента цифрового маркетинга; $w_i^{E^{dm}}$ - весовой коэффициент оценки i -того элемента цифрового маркетинга; n - количество показателей.
$I^{KF^{kd}} = \sqrt[k]{\sum_{j=1}^k (q_j^{KF^{kd}} \times G_j^{kd})}$	$I^{KF^{kd}}$ - интегральный показатель оценки влияния бренда на потребительский спрос; G_j^{kd} - коэффициент оценки влияния бренда на потребительский спрос по фактору j ; $q_j^{KF^{kd}}$ - весовой коэффициент оценки j -того фактора влияния бренда на потребительский спрос; k - количество показателей.

Согласно требованиям рейтинговой оценки, была разработана шкала обоснования влияния цифрового маркетинга на формирование и продвижение бренда (табл. 4).

Таблица 4

Шкала оценки интегрального показателя влияния цифрового маркетинга на формирование и продвижение бренда

Значения интегрального показателя	Общее определение влияния цифрового маркетинга на формирование и продвижение бренда
$0 < I^{DM} \leq 0,3$	Низкий уровень влияния, а именно недостаточное использование элементов цифрового маркетинга на формирование и продвижение бренда.
$0,3 < I^{DM} \leq 0,5$	Удовлетворительный уровень, а именно предприятия не в полной мере используют элементы цифрового маркетинга на формирование и продвижение бренда.
$0,5 < I^{DM} \leq 0,8$	Средний уровень характеризуется использованием элементов цифрового маркетинга предприятиями для продвижения бренда в достаточной мере, однако не в полной мере используются явные возможности.
$0,8 < I^{DM} \leq 1,0$	Высокий уровень свидетельствует об использовании элементов цифрового маркетинга для формирования и продвижения бренда в полной мере.

С целью формирования стратегии развития рынка продовольствия Донецкой Народной Республики было рассмотрено влияние элементов цифрового маркетинга на продвижение брендов продовольственных товаров, производимых на его территории. На основе выделенных элементов цифрового маркетинга, оказывающих влияние на формирование и продвижение бренда (табл. 1) и ключевых факторов влияния бренда на потребительский спрос (табл. 2) была разработана анкета для опроса респондентов, с целью оценить элементы цифрового маркетинга (цифровые тактики инструментов, каналы связи для общения с целевой аудиторией) для продвижения бренда пищевой продукции. Среди респондентов были маркетологи и торговые представители производственных и торговых предприятий Донецкой Народной Республики. В их число вошли представители компаний выпускающих кондитерскую продукцию торговых марок «Лаконд» и «Донко». Под торговой маркой «Добрыня», в Республике

выпускается молочная продукция. Предприятия выпускают мороженое и готовые блюда и полуфабрикаты ТМ «Геркулес», колбасные изделия ТМ «Пан Фазан», майонез ТМ «Славолия» и ТМ «Урожай», пирожные и торты ТМ «Лучано», мороженое ТМ «Винтер».

Стоит отметить, что только под торговой маркой «Винтер» производится мороженое из давальческого сырья 318,15 тонн в месяц. Данные предприятия пищевой индустрии, продукция которых является брендом давно завоевали признание не только жителей Донецкой Народной Республики, но и россиян. Невозможно представить Донецк без кондитерских изделий, выпускаемых двумя крупными кондитерскими компаниями «Лаконд» и «Донко», их продукция широко известна за пределами Республики. Под брендом «Донко» выпускается продукция трех торговых марок ТМ «Кариба», ТМ «Мишаня» и ТМ «Дончанка».

Произведенный опрос респондентов с целью оценки элементов цифрового маркетинга для продвижения бренда пищевой продукции (табл. 5) показал, что реклама с оплатой за клик (E_4^{dm}) занимает первое место в рейтинге, второе место принадлежит автоматизации маркетинга (E_6^{dm}), третье место занимает поисковая оптимизация (E_1^{dm}), а на последнем месте находится нативная реклама (E_5^{dm}) (рис. 1).

Таблица 5

Средние коэффициенты экспертных оценок элементов цифрового маркетинга

Элементы цифрового маркетинга	E_1^{dm}	E_2^{dm}	E_3^{dm}	E_4^{dm}	E_5^{dm}	E_6^{dm}	E_7^{dm}	E_8^{dm}	E_9^{dm}
Средний коэффициент оценки	0,8	0,5	0,43	0,84	0,31	0,82	0,39	0,47	0,57

Произведенный опрос респондентов с целью оценки элементов цифрового маркетинга для продвижения бренда пищевой продукции (табл. 5) показал, что реклама с оплатой за клик (E_4^{dm}) занимает первое место в рейтинге, второе место принадлежит автоматизации маркетинга (E_6^{dm}), третье место занимает поисковая оптимизация (E_1^{dm}), а на последнем месте находится нативная реклама (E_5^{dm}) (рис. 1).

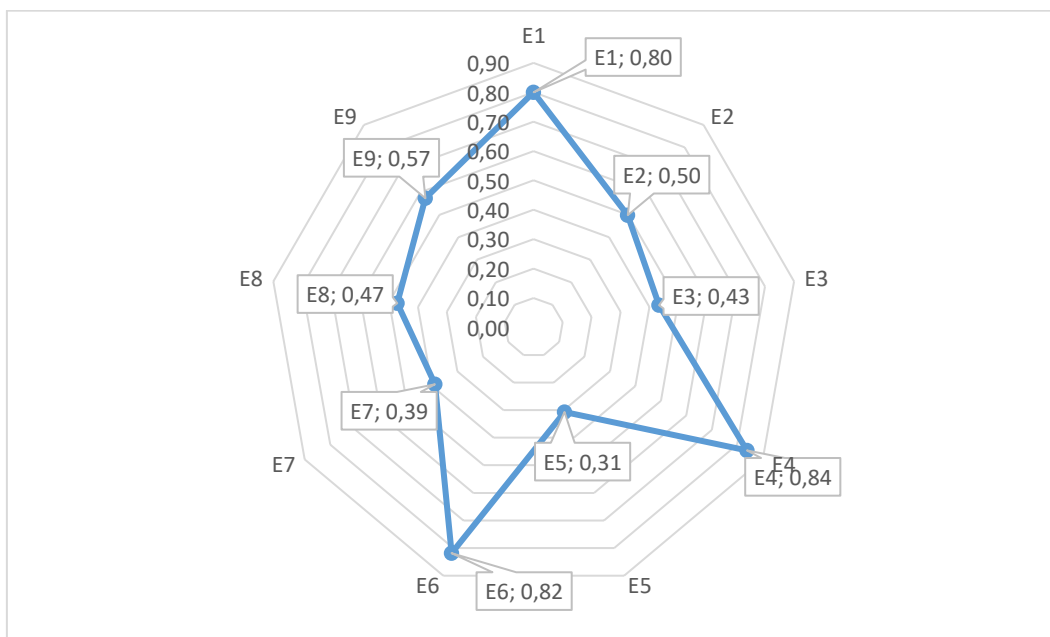


Рисунок 1 – Графическая интерпретация средних коэффициентов экспертных оценок элементов цифрового маркетинга (рассчитано авторами)

Средние коэффициенты экспертных оценок ключевых факторов влияния бренда на потребительский спрос (табл. 6) показали, что на первом месте у потребителей стоит гарантия получения товара высокого качества, на втором - удовлетворение потребителем потребностей при выборе и приобретении товара определенного бренда, а последнее место принадлежит способ выражения своих индивидуальных качеств на основании приобретения бренда (рис. 2).

Таблица 6

Средние коэффициенты экспертных оценок ключевых факторов влияния бренда на потребительский спрос

Ключевые факторы влияния бренда на потребительский спрос	KF_1^{kd}	KF_2^{kd}	KF_3^{kd}	KF_4^{kd}	KF_5^{kd}	KF_6^{kd}	KF_7^{kd}	KF_8^{kd}	KF_9^{kd}	KF_{10}^{kd}	KF_{11}^{kd}
Средний коэффициент оценки	0,64	0,87	0,69	0,89	0,55	0,75	0,68	0,48	0,56	0,34	0,65

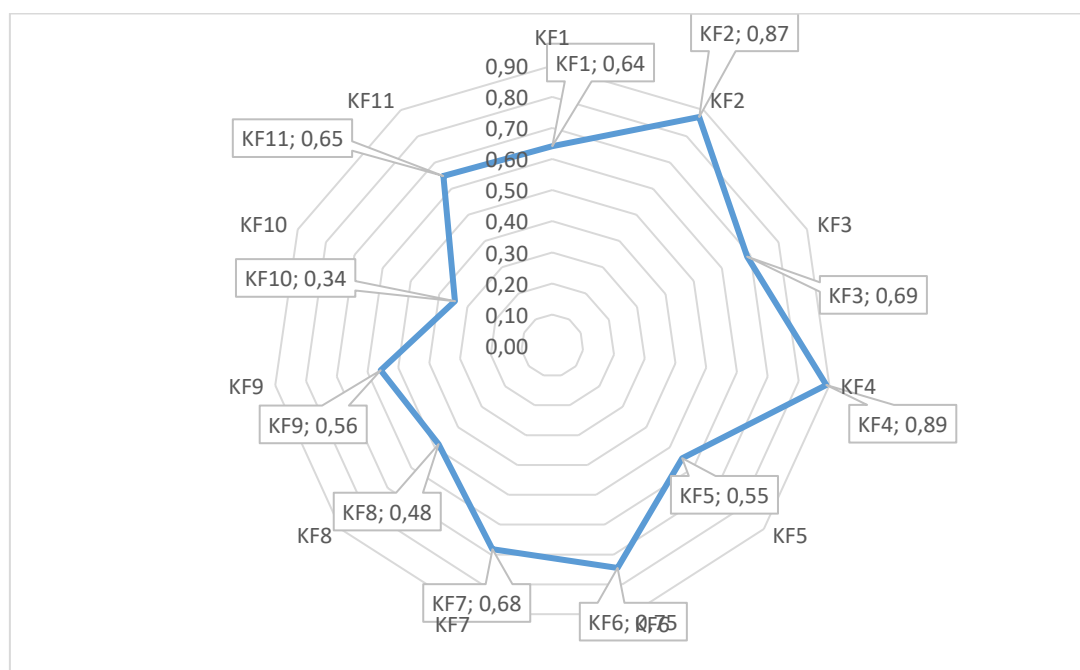


Рисунок 2 – Графическая интерпретация средних коэффициентов экспертных оценок ключевых факторов влияния бренда на потребительский спрос (рассчитано авторами)

На основании полученных данных, интегральный показатель оценки влияния цифрового маркетинга на формирование и продвижение бренда равен 0,524 (2). Согласно шкале оценки (табл. 4) данный показатель находится на среднем уровне использования элементов цифрового маркетинга продовольственными предприятиями Донецкой Народной Республики для продвижения бренда.

$$I^{DM} = \sqrt[2]{0,556 \times 0,494} = 0,524 \quad (2)$$

Разработанный научно-методический подход оценки влияния цифрового маркетинга на формирование и продвижение бренда дал возможность оценить степень

внедрения цифровых технологий предприятиями Донецкой Народной Республики. Рассчитанный интегральный показатель показал, что элементы цифрового маркетинга продовольственными предприятиями Республики используются в достаточной мере для продвижения бренда, однако не в полной мере используются явные возможности. Для стратегического развития продовольственных предприятий необходимо более активно внедрять цифровые технологии, которые позволят удерживать лидирующие позиции на продовольственном рынке.

Список использованных источников и литературы

1. Долженко, И.Б. влияние цифрового маркетинга на поведение потребителей / И.Б. Долженко // *Journal of Economy and Business*. – 2021. – vol. 10-1 (80). – С. 111-117.
2. Азарян, Е.М. Цифровой маркетинг в ритейле сетевого формата: кооптинг компетенций клиента и цифровой след потребителя / Е.М. Азарян, Д.Э. Возиянов // *Научный журнал «Управленческий учет»*. – 2023. – №2. – С. 9-15
3. Шевченко, Д.А. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов. Системные технологии. – 2018. – № 1. – С. 84–89.
4. Архипова, Н. Современные тенденции развития цифрового маркетинга / Н. Архипова, М. Гуриева // *Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право»*. – 2018. – №1 (11). – С. 9-21.
5. Колодник, Т. Развитие теории цифрового маркетинга / Т. Колодник // *Наука и инновации*. – 2021. – №1. – С. 53–57.
6. Бутковская, Г.В. Цифровой маркетинг: поведение потребителей / Г.В. Бутковская, А.В. Статкус // *Вестник ГУУ*. – 2019. – №5.
7. Анхольт, С. Бренд Америка: мать всех брендов / С. Анхольт, Д. Хильдрет. — Москва: *Добрая книга*, 2010. – 232 с.
8. Волокова, М.В. Формирование и продвижение бренда / М.В. Волокова, Т.В. Албегов, З.Т. Мамсуров // *Евразийский Союз Ученых (ЕСУ)*. Серия: *Экономические науки*. – 2015. – № 12 (21). – С. 91-94.
9. Муромкина, И.И. Совершенствование марочной политики предприятий на российском потребительском рынке: Маркетинг в России и за рубежом / И.И. Муромкина, А.И. Портной // *Москва*, 2014. – 457 с.
10. Asiegbu, I. F., Powei, D. M., & Iruka, C. H. (2012). Consumer attitude: Some reflections on its concept, trilogy, relationship with consumer behavior, and marketing implications. *European Journal of Business and Management*, 4 (13), 38-50.

УДК 338.22.021.1

DOI 10.58551/20728115_2023_10_75

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЗАКОНА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ «О ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКЕ»

Дремов Владимир Владимирович

кандидат экономических наук, директор ООО «ММК-ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ПАРК»

E-mail: dremov.vladimir@gmail.com

Киреева Наталья Владимировна

доктор экономических наук, профессор кафедры экономики,

Уральский социально-экономический институт (филиал) ОУП ВО

Академия труда и социальных отношений

E-mail: veo.chel@gmail.com

Особое место в реализации промышленной политике России занимает государственный оборонный заказ. В условиях проведения специальной военной операции промышленность страны должна оперативно и своевременно решать задачи, направленные на укрепление обороноспособности страны. Данному вопросу посвящена отдельная глава закона «О промышленной политике в РФ». Сфера гособоронзаказа более жестко регламентирована со стороны государства, чем сфера производства продукции не оборонного назначения, в т.ч. порядок установления цены на гособоронзаказ, а значит, и норма рентабельности гособоронзаказа. Однако на практике в ряде случаев имеют место случаи неполной реализации поставленных законодательством задач. Для повышения эффективности реализации гособоронзаказа и гармонизации взаимоотношений в цепочке заказчик – исполнитель, авторы предлагают внести уточнения в определения терминов «промышленный кластер» и «интегрированная структура оборонно-промышленного комплекса».

Особой сферой в рамках промышленной политики является механизм ценообразования для гособоронзаказа. Законодатель предлагает использовать затратный метод, и нормативный метод, в случае если продукция производится впервые, а если имеются данные о производстве подобной продукции в предшествующие периоды – то используются статистические данные о себестоимости с учетом индексации цен. В целях исключения двоякости толкования определений и более справедливого расчета себестоимости готовой продукции для нужд гособоронзаказа авторами уточнены определения «собственные затраты» и «привнесенные затраты». Таким образом, предложенные уточнения определений позволят более точно идентифицировать субъектов промышленной политики РФ, а значит, более адресно применять меры государственной поддержки, предусмотренные законом о промышленной политике РФ.

Ключевые слова: промышленная политика, государственный оборонный заказ, промышленный кластер, интегрированная структура оборонно-промышленного комплекса, затраты на выполнения гособоронзаказа.

THEORETICAL PROBLEMS OF THE IMPLEMENTATION OF THE LAW OF THE RUSSIAN FEDERATION «ON INDUSTRIAL POLICY»

Dremov Vladimir Vladimirovich

Candidate of Economic Sciences, Director of MMK-INDUSTRIAL PARK

E-mail: dremov.vladimir@gmail.com

Kireeva Natalia Vladimirovna

Doctor of Economics, Professor of the Department of Economics

*Ural Socio-Economic Institute (branch) OUP VO Academy of Labor
and Social Relations*

E-mail: veo.chel@gmail.com

A special place in the implementation of Russia's industrial policy is occupied by the state defense order. In the context of a special military operation, the country's industry must promptly and timely solve tasks aimed at strengthening the country's defense capability. A separate chapter of the law «On Industrial Policy in the Russian Federation» is devoted to this issue. The sphere of the state defense order is more strictly regulated by the state than the sphere of production of non-defense products, including the procedure for setting the price for the state defense order, and hence the rate of profitability of the state defense order. However, in practice, in some cases there are cases of incomplete implementation of the tasks set by the legislation. To improve the efficiency of the implementation of the state defense order and the harmonization of relationships in the customer-contractor chain, the authors propose to clarify the definitions of the terms «industrial cluster» and «integrated structure of the military-industrial complex».

A special area within the framework of industrial policy is the pricing mechanism for state defense orders. The legislator suggests using the cost method, and the regulatory method, if the products are produced for the first time, and if there is data on the production of such products in previous periods, then statistical data on the cost, taking into account price indexing, are used. In order to eliminate the ambiguity of the interpretation of definitions and a fairer calculation of the cost of finished products for the needs of the state defense order, the authors clarified the definitions of «own costs» and «introduced costs». Thus, the proposed clarifications of definitions will make it possible to more accurately identify the subjects of the industrial policy of the Russian Federation, which means that the measures of state support provided for by the law on industrial policy of the Russian Federation are more targeted.

Keywords: *industrial policy, state defense order, industrial cluster, integrated structure of the military-industrial complex, costs of fulfilling the state defense order.*

31 декабря 2014 года в России был впервые принят закон «О промышленной политике в РФ» [7]. В данном нормативном акте государством определен порядок взаимодействия государственных структур и субъектов промышленности на территории нашего государства. Закон содержит основные направления поддержки промышленных предприятий, решающих поставленные государством экономические задачи. Особое место в промышленной политике России занимает государственный оборонный заказ. Актуальность этой сферы определяется еще и тем, что в условиях проведения специальной военной операции промышленность страны должна оперативно и своевременно решать задачи, направленные на укрепление обороноспособности страны. В п. 2. ст. 4 закона обеспечение обороноспособности страны и безопасности государства заявлено одной из целей реализации промышленной политики РФ. Глава

4 закона о промышленной политике посвящена вопросам стимулирования производства гособоронзаказа.

В рамках закона о промышленной политике рассматриваются вопросы государственной поддержки субъектов промышленного производства. Сфера гособоронзаказа более жестко регламентирована со стороны государства, чем сфера производства продукции не оборонного назначения. В частности, жестко регламентирован порядок установления цены на гособоронзаказ, а значит, и норма рентабельности гособоронзаказа [5]. Также государство определяет механизм заключения гособоронзаказа [4, 6, 8, 9, 10], а также механизм финансирования производства продукции оборонного назначения [1, 3, 11]. Несмотря на обилие нормативно-правовых актов, регламентирующих отмеченные вопросы, на практике в ряде случаев имеют место случаи неполной реализации поставленных законодательством задач.

В одной из наших статей мы упоминали о влиянии на себестоимость гособоронзаказа методов распределения косвенных затрат, а также изменения структуры производства в части соотношения оборонной и стандартной продукции на предприятии. В результате действия данного фактора фактическая рентабельность гособоронзаказа может существенно отклоняться как в пользу государства, так и в пользу самого предприятия, что указывает на случайный характер формирования фактической рентабельности, в то время как государство ставит задачу ее контроля. Данная проблема носит методологический характер. Однако, помимо методологических проблем, существуют еще и проблемы теоретического характера, которые сдерживают процессы реализации промышленной политики в России. Данные проблемы связаны с точностью понятийного аппарата, применяемого в законе.

В частности, в законе введено понятие «промышленный кластер» в п. 13 раздела 3 закона о промышленной политике [7]. Под промышленным кластером в федеральном законе понимается: «совокупность субъектов деятельности в сфере промышленности, связанных отношениями в указанной сфере вследствие территориальной близости и функциональной зависимости и размещенных на территории одного субъекта Российской Федерации или на территориях нескольких субъектов Российской Федерации» [7]. Как видно из приведенного определения, используется три признака, позволяющих идентифицировать промышленный кластер и отделить его от других производственных цепочек: территориальная близость, функциональная зависимость, и география расположения субъектов кластера.

Сразу можно отметить, что два из трех признаков, по сути, относятся к географии расположения субъектов промышленности внутри кластера: территориальная близость и размещенность на территории одного субъекта РФ (слова «или на территориях нескольких субъектов Российской Федерации» были внесены после корректировки закона).

На практике один субъект РФ может иметь очень большую площадь, и предприятия, входящие в кластер, могут не попасть под критерий «территориальной близости». В этом случае кластер необоснованно может лишиться господдержки.

Дополнительно внесенная в закон фраза о том, что участники кластера могут находиться на территории нескольких субъектов РФ, по сути, означает, что участники кластера могут располагаться на территории любого из субъектов РФ, в том числе территориально отдаленных друг от друга. Тогда признак «территориальной близости» начинает противоречить условию расположения на территориях нескольких субъектов РФ. Например, если участники кластера расположены в Калининграде и на Дальнем востоке – это «несколько субъектов РФ», но явно не «территориально близких». Если условие территориальной близости остается в законе, то подобному кластеру также может быть отказано в государственной поддержке.

Мы полагаем, что признак территориального расположения участников кластера не имеет значения для целей реализации промышленной политики РФ, тем более для целей гособоронзаказа. Априори известно, что продукция оборонного назначения никогда не производится только на одном предприятии в целях безопасности (если все

сосредоточено в одном месте, то врагу проще уничтожить производственный комплекс, расположенный на одном объекте, или даже на нескольких объектах, расположенных в «территориальной близости» друг от друга). Поэтому мы считаем необходимым исключить из определения кластера данное условие (можно даже сказать, что такое условие носит «антиоборонный» характер, поскольку противоречит принципам формирования производственных комплексов в оборонной промышленности).

Ключевым признаком, выделяющим кластер из массы обычных хозяйственных субъектов, является все-таки технологическая зависимость предприятий друг от друга. Но таких технологических цепочек также множество, и каким же образом отделять цепочки, которые входят в сферу интересов государства в рамках промышленной политики, от прочих технологических цепочек? Очевидно, что именно государство как заказчик определяет, какие именно технологические цепочки попадают в сферу его интересов, зависимости от целей и задач промышленной политики.

Наиболее близко к отмеченным нами позициям подходит определение производственной системы, сделанное Замбжицкой Е.С., в диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук: «Под «производственной системой» предлагается понимать комплекс технологически взаимосвязанных предприятий, отдельное предприятие, цех, участок, производственный агрегат или производственное оборудование, обладающее следующими особенностями: 1) производится исключительно промышленная продукция; 2) игнорируется факт территориальной близости и функциональной зависимости, основанной на юридических правоотношениях; 3) присутствуют взаимосвязанные технологические цепочки, объединенные единой системой управления, обеспечиваемой интересами собственников (при этом тип собственности, государственная или частная, не имеет значения)» [2, стр. 77-78].

Как мы уже сказали, можно согласиться с доводами об игнорировании факта территориальной близости, равно как и территориальной удаленности, и вообще в целом от географического признака в определении кластера. Далее Замбжицкая Е.С. указывает на игнорирование факта «функциональной зависимости», правда, основанной на юридических отношениях. Действительно, в рамках кластера юридические отношения несущественны, технологическая цепочка всегда выходит за пределы одного юридического лица, и даже за пределы холдинга. Очевидно, автор имеет в виду именно холдинговые структуры, поскольку в рамках холдинга существует единый центр управления – один или несколько собственников, которые и определяют деятельность данной производственной системы. Форма собственности в рамках подобной цепочки действительно может быть любая, в том числе и с участием государства.

Однако в законе о промышленной политике речь идет о других субъектах. В рамках промышленного кластера может и не быть единого центра управления, в том смысле, в котором его определила Замбжицкая Е. С. Например, государство принимает решение поддержать сферу производства цинка. В рамках этой отрасли технологический процесс распределен между различными предприятиями, входящими в разные холдинги. И единого центра управления у них нет, как и единых собственников. Но для государства важно поддержать именно эту отрасль, и при условии применения определения Замбжицкой Е.С. государственная задача не будет решена в рамках закона о промышленной политике, ведь этот технологический процесс не имеет единой системы управления, обеспечиваемой интересами собственников.

Тем более такой подход не применим для целей управления гособоронзаказом. На сегодняшний день в законе введено два определения, идентифицирующие субъекты производственной цепочки для выполнения гособоронзаказа: это интегрированная структура оборонно-промышленного комплекса и головная организация интегрированной структуры оборонно-промышленного комплекса – п. 16 и 17 раздела три закона [7].

Под интегрированной структурой оборонно-промышленного комплекса в законе предложено понимать объединение ведущих совместную деятельность юридических лиц, которое не является юридическим лицом, создается в соответствии с решениями

Президента Российской Федерации или Правительства Российской Федерации и в котором одно юридическое лицо имеет возможность определять решения, принимаемые остальными юридическими лицами - п. 16, раздел 3 закона [7].

Под головной организацией интегрированной структуры оборонно-промышленного комплекса предложено понимать юридическое лицо, которое входит в интегрированную структуру оборонно-промышленного комплекса и имеет возможность определять решения, принимаемые остальными юридическими лицами – п. 17 раздела 3 закона [7].

Первое, что следует отметить – что собственники юридических лиц, входящих в интегрированную структуру ОПК (далее – ИС ИПК), могут быть различны, а значит, различны их интересы. Одно предприятие хочет купить металл дешевле, другое хочет продать этот металл дороже. Этот признак уже выводит ИС ОПК из объема понятия производственной системы, предложенного Замбрицкой Е. С. Наличие головной организации, реализующей функции управления в рамках, также нельзя рассматривать как факт попадания в понятие производственной системы – там орган управления действует на долгосрочной основе, пока совпадают интересы собственников. В данном случае же, как отмечалось, интересы собственников различны, и эта технологическая цепочка сформировалась для производства на последней стадии конкретной продукции оборонного назначения – то есть, признаком, выделяющим эту цепочку из множества других, является именно наличие государства как покупателя, заказчика данной продукции оборонного назначения.

Можно ли оставить два данных определения в существующем виде? На наш взгляд, в определении ИС ОПК необходимо добавить условие о производстве продукции оборонного назначения. При отсутствии этого признака под определение могут попасть другие технологические цепочки, производящие продукцию гражданского назначения, что даст им возможность претендовать на преференции, предусмотренные для сферы ОПК РФ. При этом даже наличие утвержденного государством перечня продукции оборонного назначения [10] не позволит избежать подобной ситуации, поскольку в определении нет отсылки ни к гособоронзаказу, ни к продукции оборонного назначения.

С учетом этих замечаний, определение ИС ОПК, по нашему мнению, должно иметь вид:

Под интегрированной структурой оборонно-промышленного комплекса в законе предложено понимать объединение ведущих совместную деятельность в сфере гособоронзаказа юридических лиц, которое не является юридическим лицом, создается в соответствии с решениями Президента Российской Федерации или Правительства Российской Федерации, и в котором одно юридическое лицо имеет возможность определять решения, принимаемые остальными юридическими лицами (авторское определение).

Определение головной структуры ИС ОПК считаем возможным оставить без изменения.

Что касается определения промышленного кластера – по нашему мнению, как уже отмечалось выше, указание на географическое размещение не является обязательным условием, ключевым признаком, выделяющим данное понятие среди аналогичных, мы считаем именно наличие единой технологической цепочки, независимо от того, к каким отраслям относятся предприятия, попадающие в кластер. С учетом сделанных замечаний, можно предложить следующее понятие промышленного кластера:

Промышленный кластер – это совокупность субъектов деятельности в сфере промышленности, связанных технологическими отношениями при производстве продукции при производстве продукции гражданского назначения, не имеющая единых собственников (авторское определение).

Последнее условие, относительно единых собственников, позволит отделить кластеры от холдингов.

Особой сферой в рамках промышленной политики является механизм ценообразования для гособоронзаказа. Одним из методов ценообразования является

затратный метод, и именно он на практике применяется чаще всего, так как продукция оборонного назначения крайне редко имеет аналоги, и тяжело достать информацию о стоимости подобной продукции у государств – конкурентов. Если продукция производится впервые, то согласно технологическим картам, плановая себестоимость рассчитывается по нормативам, а если имеются данные о производстве подобной продукции в предшествующие периоды – то используются статистические данные о себестоимости с учетом индексации цен.

Для контроля над ценами, а значит, и над рентабельностью гособоронзаказа, в Положении «О государственном регулировании цен на продукцию, поставляемую по государственному оборонному заказу...» [5], введено два термина:

1. «привнесенные затраты» - затраты на приобретение товаров, работ, услуг, а также на оплату налогов и сборов, связанных с приобретением таких товаров, работ, услуг, включаемые в себестоимость продукции в составе прямых затрат. К привнесенным затратам не относятся командировочные расходы (в ред. Постановления Правительства РФ от 23.08.2021 N 1388);

2. «собственные затраты» - разница между себестоимостью продукции и привнесенными затратами (раздел 1 Постановления).

Данные определения используются при формировании рентабельности гособоронзаказа. «Размер плановой рентабельности (прибыли) в составе цены на указанную продукцию устанавливается в размере суммы: не более 1 процента плановых привнесенных затрат и не более 25 процентов плановых собственных затрат организации на поставку (включая производство) продукции, но не менее 10 процентов плановых собственных затрат организации на поставку (включая производство) продукции (в ред. Постановления Правительства РФ от 21.05.2022 N 935). При этом для головного исполнителя (исполнителя) в случае, если доля его собственных затрат в себестоимости продукции составляет 20 процентов и более, плановая рентабельность (прибыль) не может быть менее 5 процентов себестоимости продукции»

Как видно из приведенных определений, они сформированы по принципу дихотомии, когда объем понятия делится на две части по наличию и отсутствию признака. В первом определении введен признак необходимости приобретения товаров, работ, услуг. Во втором определении, по сути, предлагается собирать все остальные затраты, в котором признак «приобретения» их на стороне отсутствует.

Интересно, что авторам закона пришлось добавить в определение фразу о том, что «к привнесенным затратам не относятся командировочные расходы». Это произошло вследствие некорректного определения классификационного признака – этого признака оказалось недостаточно для идентификации затрат, поэтому автору пришлось использовать конкретные примеры затрат для исключения их из предложенного определения.

Дело в том, что на практике практически все затраты являются приобретенными, собственных затрат как таковых крайне мало. Исходя из уточнения о командировочных расходах, мы понимаем, что авторы закона предполагали делать затраты на привнесенные и собственные, опираясь на классификацию затрат по статьям калькуляции, то есть по целевому назначению затрат. Далеко не все статьи калькуляции являются одноэлементными. Командировочные расходы, общепроизводственные и общехозяйственные расходы относятся к комплексным статьям, то есть включают в себя несколько элементов затрат.

Именно эта погрешность позволила на практике государству и предприятиям манипулировать отнесением конкретных затрат в разные группы – привнесенные или собственные. Например, расходы на ремонт оборудования, выполненныйхозспособом, предприятие относит на собственные затраты. Но государственный контролер указывает, что расходы на ремонт состоят из материалов, которые предприятие купило, из стоимости ремонтных работ, определенной по акту привлеченного для ремонта подрядчика, из стоимости приобретенной на стороне электроэнергии, и требует убрать эти затраты из числа собственных, то есть из-под большей ставки рентабельности в пользу меньшей.

Что касается затрат на электроэнергию – значительная часть предприятий,

выполняющих гособоронзаказ, имеет собственную генерацию, и законодательством не определен порядок распределения затрат собственной и покупной электроэнергии в себестоимость гособоронзаказа. Предприятия, конечно, всегда включают в цену гособоронзаказа покупную электроэнергию, чтобы увеличить себестоимость.

Таких примеров можно привести множество. Подобная ситуация указывает на недостаточно прозрачные отношения между субъектами промышленной политики, и особенно между субъектами в сфере гособоронзаказа.

Мы полагаем, что при формировании группировки затрат на собственные и привнесенные нужно руководствоваться не классификацией затрат по статьям калькуляции (в этом случае возможно некорректное попадание затрат в соответствующие группы), а классификацией затрат по экономическим элементам, которая потому и применяется на нижнем уровне анализа затрат, что на уровне элемента затрат их нельзя разделить на составные части, т.е. это нижний уровень классификации.

Анализируя состав затрат в практике работы промышленных предприятий, можно сделать вывод, что к собственным затратам относятся только заработная плата с отчислениями на социальные нужды, и амортизация оборудования. Остальные элементы – материалы и прочие расходы – могут однозначно идентифицироваться как привнесенные. Например, если материалы сделаны хозспособом, то в их себестоимости также будут зарплата, отчисления на социальные нужды, амортизация, и прочие расходы. Таким образом, в себестоимости материалов собственного производства зарплата с отчислениями и амортизация будут отнесены к собственным затратам, а все остальное будет приобретенными расходами.

Таким образом, мы предлагаем применить дихотомический принцип классификации следующим образом:

«собственные затраты на выполнение гособоронзаказа» – это прямые затраты на выполнение гособоронзаказа в части затрат на оплату труда с учетом страховых взносов и амортизация оборудования, задействованного в сфере выполнения гособоронзаказа (авторское определение);

«привнесенные затраты» – это разность между себестоимостью гособоронзаказа и собственными затратами на выполнение гособоронзаказа (авторское определение).

Таким образом, предложенные определения позволяют более точно идентифицировать субъектов промышленной политики РФ, а значит, более адресно применять меры государственной поддержки, предусмотренные законом о промышленной политике РФ.

Список использованных источников и литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 04.08.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023).
2. Замбржицкая, Е. С. Теория и методология стратегического управления производственными мощностями промышленного предприятия с многопродуктовым производством: Дисс. на соискание ученой степени д-ра экон. наук. - Режим доступа: https://www.susu.ru/sites/default/files/dissertation/dissertaciya_zambrzhickaya_es.pdf. – Дата обращения: 01.09.2023.
3. О внесении изменений в перечень сведений, отнесенных к государственной тайне: Указ Президента РФ от 01.01.2018 № 5, с изм. и доп.
4. О государственном оборонном заказе: Федеральный закон от 29.12.2012 N 275-ФЗ, с изм. и доп.
5. О государственном регулировании цен на продукцию, поставляемую по государственному оборонному заказу, а также о внесении изменений и признании утратившими силу некоторых актов Правительства РФ: Постановление Правительства РФ от 02.12.2017 № 1465, с изм. и доп.
6. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ, с изм. и доп.

7. О промышленной политике в Российской Федерации: Федеральный закон от 31.12.2014 N 488-ФЗ, с изм. и доп.

8. Об особенностях проведения закрытых электронных процедур и порядке аккредитации на специализированных электронных площадках: Постановление Правительства РФ от 28.02.2019 № 223, с изм. и доп.

9. Об указании идентификатора контракта по гособоронзаказу: Приказ Минобороны России, Казначейства России от 11.08.2015 № 475/13н, с изм. и доп.

10. Об утверждении перечня продукции по государственному оборонному заказу, на которую распространяется государственное регулирование цен: Распоряжение Правительства РФ от 14.06.2013 № 976-р, с изм. и доп.

11. Об утверждении Правил казначейского сопровождения средств государственного оборонного заказа в валюте Российской Федерации в случаях, предусмотренных Федеральным законом «О федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов»: Постановление Правительства РФ от 25.12.2019 № 1819, с изм. и доп.

УДК 338
DOI 10.58551/20728115_2023_10_83

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ЗАКУПОК ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ

Жевакин Валентин Сергеевич

Аспирант, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

E-mail: svetlanaluga@yandex.ru

Государственные закупки играют важную роль в экономической системе России. Они представляют собой процесс приобретения товаров, услуг и работ, который осуществляется органами государственной власти, муниципальными органами, государственными и муниципальными учреждениями и предприятиями. Определены роль и значение государственных закупок для развития государственных предприятий. Сформулированы направления и перспективы организационно-экономических особенностей развития системы закупок государственных предприятий в сфере услуг. Цифровизация системы закупок – это шаг вперед в обеспечении эффективности и прозрачности в государственных и коммерческих секторах. Определено, что она позволяет сократить временные и финансовые затраты, оптимизировать взаимодействие всех участников процесса, а также предоставляет возможности для развития и инноваций. Внедрение цифровых технологий в систему закупок – это важный шаг на пути к модернизации и развитию экономики. Сформированы направления развития цифровых возможностей развития системы закупок государственных предприятий в сфере услуг.

Ключевые слова: система закупок, государственные предприятия, сфера услуг, цифровые технологии, финансовые средства, оптимизация.

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC FEATURES OF THE PROCUREMENT SYSTEM OF STATE-OWNED ENTERPRISES IN THE SERVICE SECTOR

Zhevakin Valentin Sergeevich

Graduate student, Lugansk State University named after Vladimir Dal
Lugansk, Luhansk People's Republic

E-mail: svetlanaluga@yandex.ru

Public procurement plays an important role in the economic system of Russia. They represent the process of purchasing goods, services and works, which is carried out by state authorities, municipal bodies, state and municipal institutions and enterprises. The role and importance of public procurement for the development of state-owned enterprises are determined. The directions and prospects of organizational and economic features of the development of the procurement system of state enterprises in the service sector are formulated. Digitalization of the procurement system is a step forward in ensuring efficiency and transparency in the public and commercial sectors. It is determined that it reduces time and financial costs, optimizes the interaction of all participants in the process, and also

provides opportunities for development and innovation. The introduction of digital technologies into the procurement system is an important step towards modernization and economic development. Directions for the development of digital opportunities for the development of the procurement system of state-owned enterprises in the service sector have been formed.

Keywords: *procurement system, state-owned enterprises, service sector, digital technologies, financial resources, optimization.*

На современном этапе развития системы государственных закупок приоритетным направлением является разработка экономической политики, направленной на достижение экономической эффективности системы. В основе этой политики должен лежать переход к стратегическому планированию и управлению, использованию современных методов маркетинга на всех этапах формирования и размещения государственных заказов, заключения и выполнения контрактов [1, С. 35.].

Государственные закупки играют важную роль в экономической системе России. Они представляют собой процесс приобретения товаров, услуг и работ, который осуществляется органами государственной власти, муниципальными органами, государственными и муниципальными учреждениями и предприятиями [2].

Система государственных закупок может стать и в дальнейшем действенным инструментом для реализации научно-технических, инновационных, социально-экономических программ [3, С. 271-273.].

По данным Министерства финансов Российской Федерации об исполнении федеральных бюджетов, в последние пять лет ежегодно от 20 до 40 % расходов направляются на финансирование государственных закупок [4]. Высокий уровень данного показателя говорит о существенной значимости государственного заказа в затратной статье бюджета страны, от объема которого напрямую зависит сбалансированность бюджета, его дефицит или профицит [5, С. 27.].

Система закупок государственных предприятий в сфере услуг имеет свои организационно-экономические особенности, которые определяются спецификой деятельности таких предприятий и требованиями государственного заказчика. Вот некоторые из ключевых особенностей:

- публичная природа государственных предприятий: государственные предприятия являются собственностью государства или муниципальных органов. Это означает, что их деятельность подвержена особым правилам и контролю, включая прозрачность в закупочных процедурах;
- законодательное регулирование: закупочная деятельность государственных предприятий строго регулируется законами и нормативными актами, чтобы обеспечить соблюдение принципов конкуренции, эффективности и справедливости в распределении бюджетных средств;
- конкурентные процедуры: государственные предприятия обязаны проводить конкурентные процедуры при выборе поставщиков услуг. Это может включать в себя аукционы, конкурсные торги и другие методы, чтобы выбрать наилучших поставщиков услуг;
- бюджетное финансирование: государственные предприятия финансируются из бюджета или других государственных источников. Это означает, что они обязаны соблюдать строгий бюджет и эффективно использовать государственные средства;
- социальные и общественные задачи: государственные предприятия в сфере услуг могут выполнять важные социальные и общественные функции, такие как обеспечение доступа к услугам здравоохранения, образования, транспорта и других. Поэтому они часто подвержены дополнительным требованиям в области качества и доступности услуг;
- контроль и отчетность: государственные предприятия обязаны вести строгий контроль над расходованием средств и предоставлять отчеты о своей деятельности органам государственного управления и обществу. Это обеспечивает прозрачность и учетность в использовании бюджетных средств;

- специфика услуг: сфера услуг может включать в себя различные виды деятельности, такие как медицинские, образовательные, транспортные и другие. Каждый вид услуг имеет свои особенности и требования к закупочным процедурам;
- социальные партнерства: государственные предприятия могут вступать в социальные партнерства с другими организациями или некоммерческими организациями для реализации социальных программ и проектов.

Таким образом, система закупок государственных предприятий в сфере услуг требует строгого соблюдения законодательных норм, прозрачности и эффективного управления бюджетными ресурсами, а также учета социальных и общественных аспектов в предоставлении услуг.

Современная экономика тесно связана с государственными предприятиями в сфере услуг, и их закупочная деятельность имеет особое значение для эффективного функционирования данной системы.

Сфера управления государственными и муниципальными закупками является одной из самых активно развивающихся и реформируемых областей государственного регулирования [6, С. 31].

Рассмотрим организационно-экономические особенности системы закупок государственных предприятий в сфере услуг.

Одной из ключевых особенностей данной системы является необходимость соблюдения определенных принципов и процедур в закупочных процессах. В первую очередь, государственные предприятия занимают особое положение на рынке, поскольку в некоторых случаях являются единственными поставщиками определенных видов услуг. В связи с этим, процедуры закупок должны быть максимально прозрачными и обеспечивать свободный конкурентный доступ для всех заинтересованных сторон с учетом четкой системы контроля.

Одним из направлений решения сложившейся проблемы возникающих нарушений в процессе осуществления государственных закупок является внедрение системы контроля закупок в организации. Применение данной системы не требует коренного изменения структуры работы процессов [7, С. 15–29.].

Кроме того, система закупок государственных предприятий в сфере услуг подвержена воздействию таких факторов, как политическая и экономическая стабильность, изменение правовых норм и требований. Такие факторы, вносят значительную неопределенность и риск в процесс закупок, что требует от участников системы особой внимательности и компетентности в оценке текущей ситуации.

Закупочная деятельность государственных предприятий в сфере услуг также характеризуется специфическим характером предлагаемых товаров и услуг. Обычно предприятия в сфере услуг осуществляют предоставление не материальных благ, а различных видов услуг, таких как транспортные, коммунальные, финансовые и др. Поэтому важно учитывать особенности каждого конкретного вида услуг при разработке процедур закупок и оценке качества предоставляемых услуг.

Развитие и совершенствование финансовых инструментов государственных закупок должно продолжаться постоянно, шагая в ногу с динамично меняющейся рыночной конъюнктурой, мировыми тенденциями развития информационно-коммуникационных технологий, политической и экономической ситуацией в стране и мире в целом [8, С. 50–55.].

Мониторинг государственных закупок должен проводиться в режиме онлайн, способствуя недопущению возникновения кризисных явлений при использовании бюджетных средств и стимулируя выработку альтернативных решений на основе всестороннего анализа с учетом потребностей и возможностей государства, бюджета, заказчиков и бизнеса [9, С. 12-13].

Организационно-экономические особенности системы закупок государственных предприятий в сфере услуг также сопряжены с необходимостью балансирования потребностей предприятий и ограниченных бюджетных ассигнований. Правильное распределение ресурсов, выбор наиболее целесообразных и эффективных решений, а также контроль за использованием средств – всё это играет важную роль в создании устойчивой и эффективной системы закупок в данной сфере.

Современная глобализация и постоянное развитие рынка услуг требуют от государственных предприятий постоянной адаптации и улучшения своей системы закупок. Эффективная и прозрачная система закупок в сфере услуг имеет огромное значение для развития экономики, повышения конкурентоспособности предприятий и удовлетворения потребностей граждан.

Перспективы развития системы закупок государственных предприятий в сфере услуг включают в себя несколько ключевых аспектов. Во-первых, цифровизация и внедрение современных IT-технологий позволит существенно упростить процесс закупок, снизить бюрократическую нагрузку и ускорить реализацию проектов. Электронные площадки и системы электронного документооборота позволят сделать процесс закупок более прозрачным и доступным для всех заинтересованных сторон.

Цифровизация системы закупок – это процесс внедрения современных информационных технологий и цифровых инструментов для оптимизации и улучшения процессов закупок в организации или государственном учреждении. Этот процесс включает в себя следующие ключевые шаги:

1. Автоматизация и оптимизация процессов закупок

Внедрение электронных торговых площадок: создание цифровых платформ для проведения закупок, на которых поставщики могут предлагать свои товары и услуги, а заказчики могут проводить аукционы и конкурсные процедуры.

Электронные каталоги: создание и поддержание электронных каталогов товаров и услуг, что облегчает поиск и выбор нужных позиций для заказа.

Электронные документы: замена бумажных документов цифровыми форматами, такими как электронные счета и договоры.

2. Внедрение аналитики и мониторинга

Использование данных для принятия решений: сбор, анализ и использование данных о прошлых закупках для оптимизации стратегий закупок и выбора поставщиков.

Мониторинг исполнения контрактов: отслеживание выполнения контрактов и оценка производительности поставщиков с помощью цифровых инструментов.

3. Внедрение электронных тендерных систем

Публичные торги: проведение публичных торгов и конкурсов с использованием электронных платформ, что способствует более широкой конкуренции и снижению стоимости закупок.

Электронные документы и подписи: внедрение электронных документов и цифровых подписей для обеспечения безопасности и подлинности сделок.

4. Улучшение прозрачности и доступности информации.

Публикация данных о закупках: предоставление обществу доступа к данным о государственных и коммерческих закупках для обеспечения прозрачности и предотвращения коррупции.

Уведомления и обновления: обеспечение своевременных уведомлений поставщиков о предстоящих закупках и изменениях в требованиях.

Цифровизация системы закупок может принести множество преимуществ, включая увеличение эффективности, снижение затрат, улучшение конкуренции, повышение прозрачности и сокращение бюрократии. Однако для успешной цифровизации необходимо учитывать особенности каждой организации и страны, а также обеспечивать безопасность и защиту данных в процессе цифровых закупок.

Цифровизация – неотъемлемая составляющая современного общества. Внедрение цифровых технологий охватывает различные сферы, и система закупок не является исключением. В современной реальности, где информационные технологии проникают во все сферы жизни, цифровизация системы закупок представляет собой не только необходимость, но и реальную возможность оптимизации, автоматизации и повышения эффективности процессов закупок.

Одним из главных преимуществ цифровизации системы закупок является увеличение прозрачности в процессе проведения торгов. Введение цифровых платформ позволяет минимизировать риски коррупции и сильно упрощает контроль на каждом этапе сделки. Открытые и понятные алгоритмы работы системы отражают все

предложения участников, создавая прозрачность и равные условия для всех участников.

Автоматизация системы закупок становится возможной благодаря цифровым технологиям. Вся информация о закупках, от планирования до исполнения, может быть сосредоточена в единой базе данных, что значительно сокращает временные и финансовые затраты на их обработку и анализ. Кроме того, использование цифровых инструментов позволяет автоматизировать ряд рутинных операций, таких как оповещение участников, формирование и обработка документов, что освобождает человеческий ресурс для решения важных стратегических задач.

Эффективность процесса закупок является неотъемлемым результатом цифровой трансформации системы. Автоматизация и цифровая документация ускоряют процессы, сокращают время на проведение торгов, уменьшают количество ошибок и снижают стоимость всего процесса. Более того, цифровизация позволяет улучшить взаимодействие всех участников системы, как заказчиков, так и поставщиков, создавая доверительные отношения и способствуя оптимальному выбору поставщиков.

Однако, перед успешным внедрением цифровых технологий необходима четкая стратегия, обеспечение безопасности данных и организационные изменения. Важно внимательно продумать и обеспечить не только техническую инфраструктуру системы, но и обучение персонала и разработку кадровых политик, способствующих цифровой трансформации.

Цифровизация системы закупок – это шаг вперед в обеспечении эффективности и прозрачности в государственных и коммерческих секторах. Она позволяет сократить временные и финансовые затраты, оптимизировать взаимодействие всех участников процесса, а также предоставляет возможности для развития и инноваций. Внедрение цифровых технологий в систему закупок – это важный шаг на пути к модернизации и развитию экономики.

Во-вторых, важным аспектом развития системы закупок является укрепление антикоррупционных механизмов и повышение контроля за выполнением законодательных норм. Одной из возможных инноваций может быть внедрение системы электронного мониторинга и контроля, которая позволит предотвращать коррупцию и необоснованные затраты, а также улучшить качество предоставляемых услуг.

Кроме того, развитие системы закупок государственных предприятий в сфере услуг требует активного сотрудничества с частным сектором. Участие частных компаний в конкурсах на поставку услуг может стимулировать эффективность и конкуренцию, а также способствовать развитию инноваций и повышению качества предлагаемых услуг. Важно создать благоприятные условия для взаимодействия между государственными и частными компаниями, включая прозрачные правила и недискриминацию.

Посредством государственных закупок решаются и социальные задачи, такие как снижение расслоения уровня жизни в различных регионах. Сегодня, в период экономической нестабильности государственные закупки – один из наиболее доступных инструментов поддержки бизнеса, учитывая, в том числе и поддержку малых предприятий. Расширение государственных закупок является фактором роста совокупного спроса, регулирования национальной и региональной экономики. В процессе развития системы государственных закупок на экономику страны, помимо стимулирующего воздействует и синергетический эффект [10, С. 50–55.].

В заключение можно отметить, что система закупок государственных предприятий в сфере услуг имеет свои специфические особенности, которые требуют особого внимания и компетентности со стороны участников данной системы. Организационные и экономические аспекты, прозрачность и конкурентность процедур, специфика предлагаемых услуг и балансирование ресурсов – все эти факторы необходимы для обеспечения эффективности и эффективности закупочной деятельности в данной сфере.

Перспективы развития системы закупок государственных предприятий в сфере услуг представляют собой возможность совершенствования и улучшения этого важного элемента экономики. Цифровизация, антикоррупционные меры и сотрудничество с

частным сектором являются ключевыми факторами, которые позволят поднять систему закупок на новый уровень эффективности и прозрачности. Реализация данных перспектив приведет не только к улучшению услуг, но и к развитию экономического потенциала страны и повышению уровня жизни граждан.

Список использованных источников и литературы

1. Черемухин, С.А. Государственные закупки: содержание и роль в развитии экономики / С.А. Черемухин // Вестник ТГУ. – 2010. – Выпуск 2 (82). – С. 35.
2. Что такое государственные закупки и как они работают [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <https://uralchip.ru/faq/cto-takoe-gosudarstvennye-zakupki-i-kak-oni-rabotayut>
3. Попова, К. А. Роль и функции государственной системы закупок / К. А. Попова // Молодой ученый. – 2018. – № 47 (233). – С. 271-273.
4. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <https://minfin.gov.ru/?ysclid=lnbdsolvv593678038>
5. Система государственных закупок: теоретический и практический аспекты : монография / Л. И. Юзвович, Н. Ю. Исакова, Ю. В. Истомина и др. ; под ред. Л. И. Юзвович, Н. Ю. Исаковой. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – С. 27.
6. Коновалова, К.Ю. Теоретические аспекты осуществления деятельности органов исполнительной власти в системе государственных закупок / К.Ю. Коновалова, М.С. Магомадова // Научные известия. – 2020. – № 18. – С. 31.
7. Головин, С. В. К вопросу осуществления контроля закупок товаров, работ и услуг организаций коммерческого и государственного сектора экономики / С.В. Головин, М.С. Луценко, О.О. Шендрикова // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2020. – № 4. – С. 15–29.
8. Алимбиева, Т. Н. О мониторинге использования финансовых ресурсов государства в сфере закупок / Т. Н. Алимбиева // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2014. – № 4. – С. 50–55.
9. Ильюшин, Д.М. Новый подход к организации мониторинга закупок товаров, работ и услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд / Д.М. Ильюшин // Госзаказ: управление, размещение, обеспечение. – 2014. – № 36. – С. 12–13.
10. Алимбиева, Т. Н. О мониторинге использования финансовых ресурсов государства в сфере закупок / Т. Н. Алимбиева // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2014. – № 4. – С. 50–55.

УДК 339.1/.3:004

DOI 10.58551/20728115_2023_10_89

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ДЛЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Лидека Анна Анатольевна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Южно-Российский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

E-mail: gorbacheva-aa@ranepa.ru

Зинковский Сергей Сергеевич

Аспирант, Южно-Российский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

E-mail: serzin@bk.ru

Данная статья посвящена теме цифровой трансформации в сфере торговли. В ней рассматриваются вопросы и сложности, связанные с внедрением цифровых программных решений. Отмечается и то, что традиционные торговые предприятия малого и среднего бизнеса все больше интересуются цифровизацией. Авторы анализируют важные составляющие цифровой модели торговли и отмечают важность использования правильных инструментов для управления ими: клиентоориентированность и CRM-системы для управления отношениями с клиентами, выбор эффективных каналов для продвижения товаров и сервисы для управления контентом, экосистемы для комплексного подхода к удовлетворению клиентского спроса и платформы с возможностью подключения партнеров, оптимизации бизнес-процессов и использование систем BPMS для управления ими. В общем, статья представляет собой комплексный анализ вызовов и возможностей цифровой трансформации в индустрии торговли.

Ключевые слова: цифровая трансформация, торговые организации, инструменты управления, платформы, экосистемы, CRM, BPMS.

MODERN TOOLS OF DIGITAL TRANSFORMATION FOR TRADE ORGANIZATIONS

Lideka Anna Anatolievna

Candidate of Economics, Associate Professor of South-Russian Institute of Management of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

E-mail: gorbacheva-aa@ranepa.ru

Zinkovskiy Sergey Sergeevich

Postgraduate Student, South-Russian Institute of Management of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

E-mail: serzin@bk.ru

The article is about to reviewing the tools of digital transformation applicable to managing key elements in the trade industry. . It examines the issues and difficulties associated with the implementation of digital software solutions. It also notes that traditional trade enterprises of small and medium business are increasingly interested in digitalization. The authors analyze the important components of the digital model of trade and highlight the importance of using the right tools to manage them: customer orientation and CRM systems for customer relationship management, selection of effective channels for promotion of goods and services for content management, ecosystems for a comprehensive approach to satisfying customer demand and platforms with the possibility of connecting partners, optimization of business processes and use of BPMS systems for managing them. In general, the article presents a comprehensive analysis of the challenges and opportunities of digital transformation in the trade industry.

Keywords: *digital transformation, trade organizations, management tools, platforms, ecosystems, CRM, BPMS.*

При рассмотрении темы цифровой трансформации одним из частых вопросов становится уместность проведения её в организациях тех или иных отраслей. Многим владельцам бизнеса тяжело инвестировать в неосязаемые программные решения, чей экономический эффект сложно оценить, либо для их окупаемости необходим долгий срок. В таких ситуациях существует не только риск невозврата инвестиций, но и упущенной выгоды от невнедрения перспективных технологий и вынужденных последующих расходов на догоняющее развитие.

Современным предприятиям в индустрии торговли также часто приходится решать дилемму выбора: оставлять традиционные схемы предложения и сбыта товаров, или же совмещать их с интернет-моделями, а возможно и вовсе переходить в онлайн-сегмент. В любом случае наличие предложения товаров не гарантирует их сбыт, равно как и использование гибких маркетинговых стратегий, снижение цен или проведение рекламных кампаний может не приносить ожидаемого прироста клиентов.

При этом прохождение цифровой трансформации может восприниматься предпринимателями и владельцами бизнеса как незнакомый, трудоемкий и ресурсозатратный процесс, и многие из компаний продолжают использовать устаревшие бизнес-модели[1]. Однако, есть и положительные тенденции к цифровизации в торговле: когда были введены ограничения из-за коронавируса, малый и средний бизнес понял, насколько важны сайты для продолжения их деятельности - в результате стало больше компаний, которые теперь уже имеют фирменный сайт с подробными сведениями и широким ассортиментом; компании стали чаще размещать рекламу в интернете и использовать мессенджеры для общения с клиентами[2][3].

Выводом к вышесказанному может стать следующее: для успешной цифровой трансформации, как для процесса, приводящего к росту конкурентоспособности, необходим системный взгляд на составляющие современной модели торговли и подбор инструмента соответствующего масштаба, позволяющего управлять каждым отдельно взятым элементом.

Самым важным элементом, определяющим в торговых отношениях всё, от востребованности ассортимента до места и времени совершения сделки, является клиент. Клиентоориентированность — это важный фактор успеха в современной торговле, который требует стратегического мышления, системного подхода и постоянного совершенствования. Клиентоориентированные торговые организации способны лучше понимать и удовлетворять потребности своих клиентов, а также создавать долгосрочные и взаимовыгодные отношения с ними[4].

Для реализации клиентоориентированного подхода в условиях цифровой трансформации предприятия торговли могут использовать специальные технологические решения, такие как CRM-системы (customer relationship management). CRM-системы — это программное обеспечение, которое позволяет собирать, хранить, анализировать и использовать данные о клиентах для управления взаимоотношениями

с ними на всех этапах жизненного цикла: от привлечения внимания к предлагаемому ассортименту до многократно повторяемых сделок, основанных в том числе на лояльности[3][4][5].

Следующим элементом является способ получения клиентом информации о предлагаемых товарах и предоставление возможности их купить - канал. Канал в торговле — это важный инструмент маркетинга, который помогает доставить продукт до потребителя с наилучшим соотношением цены и качества. Выбор канала зависит от многих факторов, таких как характеристики продукта, целевой рынок, конкурентная среда, стратегия компании и другие. Для выбора эффективного канала необходимо проводить анализ рынка, целевой аудитории, конкурентов и собственных возможностей. При этом в условиях цифровой трансформации уместно говорить о переходе от одноканальных и мультиканальных схем к омниканальным стратегиям - то есть созданию способа предоставления покупателям унифицированного опыта в любом канале или точке продаж, будь то покупка онлайн, через мобильное приложение, в розничном магазине или в социальных сетях. Реализация стратегии омниканальности также помогает совершать покупки разными способами, например "выбор в онлайн - покупка в магазине" (ROPO, research online-purchase offline) или "покупка в онлайн - получение в магазине" (C&C, click&collect)[6]. Для успешной реализации омниканальной стратегии необходимо совмещение данных о клиенте, полученных при онлайн-взаимодействиях (например, из CRM-системы) и собранных при покупках в иных точках продаж (например, из анкет или карт лояльности). Разрешение проблемы сбора и совмещения этих данных - актуальный вызов для многих предприятий торговли[7]

Инструменты по управлению каналами — это различные сервисы, которые помогают в создании, планировании, анализе и оптимизации контента для публикации в каналах. С их помощью можно автоматизировать рутинные задачи, повысить эффективность и качество продвижения в соцсетях, отслеживать конкурентов и нишевые тренды, взаимодействовать с аудиторией и даже монетизировать свои каналы, тем самым трансформируя бизнес-модель организации.

Существует множество инструментов по управлению каналами, которые можно поделить на несколько категорий:

1. Сервисы для автопостинга - позволяют планировать и публиковать посты в разных социальных сетях в нужное время.
2. Сервисы для создания чат-ботов - позволяют создавать и настраивать чат-ботов для общения с покупателями, принятия заявок, продажи товаров и услуг, ответа на часто задаваемые вопросы и других целей.
3. Сервисы для аналитики - позволяют собирать и анализировать данные о деятельности каналов, вовлеченности аудитории, эффективности рекламы и других показателях.
4. Сервисы для покупки рекламы - позволяют находить подходящие каналы для размещения рекламы или продавать свои рекламные места.
5. Сервисы мониторинга цен - позволяют автоматически обновлять цены в онлайн-магазине и даже отслеживать цены конкурентов (парсеры).

Вместе с тем, как у компаний накапливаются сведения о клиентах, у них также появляются данные об их потребностях в смежных или не имеющих прямого отношения к предлагаемому в основном ассортименте товарах. На основании этих данных появляется возможность расширения ассортимента товаров и сервисов, что в дальнейшем может привести к трансформации в экосистемную бизнес-модель[8][9]. Понятие экосистемы пришло в бизнес-среду в прошлом веке из экологии, благодаря британскому ботанику Артуру Тэнсли. Он определял экосистему как локальные сообщества организмов, взаимодействующих между собой и окружающей средой. В начале 90-х годов бизнес-стратег Джеймс Мур применил концепцию экосистемы из биологии к бизнесу, предложив рассматривать компанию не как изолированного игрока, а как часть бизнес-экосистемы, которая включает в себя множество участников из различных отраслей.

Цифровые инструменты управления экосистемами включают в себя платформенные экосистемы, которые используются в качестве искомой модели управления в высокотехнологичном бизнесе[10]. В техническом плане платформенные экосистемы представляют собой ядро (ключевые продукты), к которому можно подключать различные расширения - новые продукты и сервисы, в том числе партнерские. Операторы платформенных экосистем создают фундамент, к которому можно подключать различные инструменты, например, чат-ботов. Но следует помнить, что бот сам по себе — это «винтик» механизма, а экосистема — это уже готовый механизм с тысячей таких «винтиков».

По выражению Германа Грефа, президента и председателя правления Сбербанка, в настоящее время речь ведётся об интеграции комплексных платформ, внутри которых будут находиться готовые инструменты для хранения и обработки данных. На помощь приходит арсенал моделей искусственного интеллекта, и теперь оказание услуг, которые ранее требовали присутствие сотрудника, может осуществляться по набору команд. Такие платформы агрегируют в одном месте деятельность целого предприятия и тем самым повышают его полезность[11].

Цикличность производимых действий для решений задач бизнеса, а также алгоритм этих действий принято называть бизнес-процессами. Бизнес-процесс - это своего рода инструкция, которая определяет, кто, когда, где и как должен выполнить определенную задачу для создания продукта или услуги (шире - добавочной стоимости). Если такая инструкция отсутствует, то задачу могут выполнить неправильно или забыть о ней. Основная цель процессов в торговле заключается в продаже товаров покупателям, принимая во внимание особенности реализации социальной миссии предприятия при минимальных затратах на весь цикл торговой сделки [12].

Для обеспечения контроля над бизнес-процессом необходимо управлять направлением выполнения задач в соответствии с его логикой и мониторить параметры, такие как время выполнения отдельных функций, стоимость процесса и отклонения от нормативного времени выполнения.

Следовательно, в настоящее время возрастает интерес к использованию специализированных информационных систем, предназначенных для поддержки управления бизнесом. Инструмент, который позволяет структурировать и следовательно, изменять процессы, адаптировать их к изменениям во внешней среде это программные средства BPMS (Business Process Management System) - системы управления бизнес-процессами, то есть программное обеспечение для автоматизации бизнес-процессов (в отдельных случаях - с соблюдением методологии BPM) [13]. Системы BPMS занимают собственную нишу, не заменяя, а дополняя возможности существующего системного и прикладного программного обеспечения такого как ERP, CRM, СЭД, других торговых и бухгалтерских систем.

Отличие таких продуктов от CRM-систем заключается в том, что концепция CRM строится на консолидации информации по клиенту и объединении всех взаимодействий с ним по всем каналам коммуникации в едином хранилище данных, а для BPMS во всех ключевых процессах организации играет значение внешний контрагент. Поэтому BPMS сохраняет всю информацию о контрагентах в своей базе данных и позволяет задавать атрибуты контрагента, в том числе и нестандартные, необходимые пользователю. Так, любой контрагент может быть участником разных процессов, или, к примеру, в отдельных сделках он может выступать как заказчик, но в то же время являться и поставщиком, или подрядчиком. Поскольку вся информация о взаимодействиях с контрагентом в рамках процессов накапливается, в дальнейшем она может быть задействована как в других процессах, так и в аналитике: отчетах, сводках, запросах. Очевидно, что такие данные используются не только для хранения и анализа, но и для инициации событий по взаимодействию с контрагентами. Данные в BPM это не только ещё один источник управленческого учёта, но и опора для принятия управленческих решений. В целом, использование аналитики цифровых данных и автоматизация бизнес-процессов расценивается как одни из драйверов цифровой трансформации [14].

Вывод: цифровая трансформация является новой парадигмой для применения как ранее существовавших, так и вновь открытых методов управления. В ней применяются технические информационные инструменты, позволяющие не только воплощать новые подходы, но и получать количественные данные для оценки полезности использования этих методов. Однако, за любыми технологиями и трансформациями стоят живые люди, и каждое нововведение, в первую очередь, должно быть в помощь руководителю и сотрудникам, работать на повышение их личной эффективности, а значит и служить на повышение общей конкурентоспособности организации.

Список использованных источников и литературы

1. Статья "Ценные данные. Как в 2021 году происходит цифровая трансформация бизнеса". [Электронный источник] / URL: <https://sber.pro/publication/tsennye-dannye-kak-v-2021-godu-proiskhodit-tsifrovaia-transformatsiia-biznesa>
2. Исследование "Индекс цифровизации бизнеса" // [Электронный источник]/URL: https://academyopen.ru/media/checkup/material/BDI_5_%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D0%B0.pdf
3. Исследование "Уровень цифровизации бизнеса в 2023" // [Электронный источник] / URL: <https://vc.ru/marketing/684915-issledovanie-urovnya-cifrovogo-razvitiya-biznesa-v-2023-g>
4. Латыпова Лидия Васильевна Особенности клиентоориентированных технологий как фактора роста продаж // Практический маркетинг. 2012. №10. [Электронный источник] / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-klientoorientirovannyh-tehnologiy-kak-faktora-rosta-prodazh>
5. Чмирева Е.В. Алгоритм выбора CRM-системы для совершенствования процесса взаимодействия с клиентами // Научный результат. Информационные технологии. 2017. №4. [Электронный источник] / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/algorithm-vybora-crm-sistemy-dlya-sovershenstvovaniya-protsessa-vzaimodeystviya-s-klientami>
6. Захарова Т.И., Иванов А.А., Кокоулина О.П., Халиль И.А., Цимбалюк А.А. Сущность концепции управления взаимоотношениями с клиентами (crm-системы) и ее роль в повышении эффективности деятельности в современных организациях // Инновации и инвестиции. 2021. №6. [Электронный источник] / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-kontseptsii-upravleniya-vzaimootnosheniyami-s-klientami-crm-sistemy-i-ee-rol-v-povyshenii-effektivnosti-deyatelnosti-v>
7. Аждер, Т. Б. Информационные системы в электронной торговле / Т. Б. Аждер // Поведенческие теории и практика российской науки : Сборник научных статей по итогам международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 26–27 февраля 2021 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. – С. 167-171.
8. Меликова Евгения Феликсовна, Бурмистров Андрей Николаевич, Костин Константин Борисович, Семенова Анастасия Алексеевна. Анализ изменений и прогноз поведения потребителей и ретейлеров под влиянием пандемии COVID-19 в России // Практический маркетинг. 2020. №12 (286). [Электронный источник] / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-izmeneniy-i-prognoz-povedeniya-potrebiteley-i-reteylerov-pod-vliyaniem-pandemii-covid-19-v-rossii>
9. Разумовская, Н. А. Построение экосистемы как способ развития современного бизнеса. Преимущества и недостатки / Н. А. Разумовская. — // Молодой ученый. — 2021. — № 51 (393). — С. 112-116. [Электронный источник] / URL: <https://moluch.ru/archive/393/86772/>
10. Пучкова Елена Михайловна, Синицына Ирина Викторовна, Никулина Ольга Николаевна Развитие бизнес-экосистем в современных условиях // Kant. 2021. №2 (39). [Электронный источник] / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-biznes-ekosistem-v-sovremennyh-usloviyah>

11. Статья "Сбер и ВШЭ провели дискуссию о цифровой трансформации". Центр фундаментальной социологии при НИУ "Высшая школа экономики". [Электронный источник] / URL: <https://cfs.hse.ru/news/463912011.html>

12. Оксенчук, Н. В. Особенности планирования и анализа бизнес-процессов в розничной торговле / Н. В. Оксенчук // Инновации: от теории к практике : коллективная монография / Министерство образования Республики Беларусь, Брестский областной исполнительный комитет, Брестский научно-технологический парк, Брестский государственный технический университет ; под научн. ред.: А. М. Омелянюка [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2019. – С. 196–203.

13. Вильгина, М. С. Применение BPM-систем в современной России / М. С. Вильгина, Э. Б. Адельсеитова // Современный менеджмент и управление: тенденции и перспективы развития : сборник научных трудов. – Симферополь : ИП Хотеева Л.В., 2021. – С. 123-132. – EDN WFTTQD.

14. Коржова О.С., Стукен Т.Ю., Лапина Т.А., Коржов Е.В. Влияние цифровизации бизнес-процессов предприятий на производительность труда персонала и занятость населения в Российской Федерации // Экономика труда. – 2023. – Том 10. – № 1. – С. 171-180. – EDN DGGYVU.

УДК 338

DOI 10.58551/20728115_2023_10_95

НЕЙРОМАРКЕТИНГ И ЕГО РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ВИЗУАЛЬНОЙ САЛИЕНТНОСТИ

Мелентьева Оксана Владимировна

Кандидат экономических наук, профессор, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

E-mail: melentjeva.oksanai@yandex.ru

Исследовательские инструменты нейромаркетинга способны изучать мозг потребителей и могут дать ответы на многие оставшиеся без ответа вопросы, связанные с потребителями. Официальные данные экспертов и результаты маркетинговых исследований указывают, что объем рынка нейромаркетинга по предварительным данным оценивается в 1,44 млрд долларов США в 2023 году, что свидетельствует о важной роли технологий нейромаркетинга в продвижении товаров, продукции и услуг и расширении влияния нейродизайна на поведение конечных потребителей. Именно результаты воздействия на покупателя и конечного потребителя указывают на эффективность технологий нейромаркетинга и показывают его роль на основе визуальной saliентности, т.е. значимости для маркетинговых коммуникаций, которые формируют политику потребительского поведения и благодаря которым разрабатываются и внедряются маркетинговые технологии и инновационные разработки в области маркетинга инноваций.

Маркетинговые исследования указывают на тот факт, что saliентность является основой современных технологий нейромаркетинга, так как позволяет оценить влияние нейросетей и выступает прототипом компьютерного зрения, то есть отражает воздействие нейросетей на конечных потребителей и их поведение. Именно благодаря визуальной saliентности получили свое развитие беспилотные автомобили, системы распознавания лиц и номеров машин. Saliентность лежит в основе программ по работе с биометрическими данными о человеке, которые стали использоваться повсеместно для доступа к защищенной информации. Именно визуальная saliентность дает возможность распознать качество дизайна рисунка в рекламном ролике и указывает на эффективность визуального сопровождения.

Ключевые слова: нейромаркетинг, реклама, визуальная saliентность, компьютерное зрение, реакция покупателей, дизайн, нейросети, маркетинг инноваций, маркетинговые исследования.

NEUROMARKETING AND ITS ROLE IN THE FORMATION OF VISUAL SALIENCE

Melentjeva Oksana Vladimirovna

Candidate of Economic Sciences, Professor, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education, «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky»

E-mail: melentjeva.oksanai@yandex.ru

Research tools of neuromarketing are able to study the brain of consumers and can provide answers to many unanswered questions related to consumers. The official data of

experts and the results of marketing research indicate that the volume of the neuromarketing market, according to preliminary data, is estimated at 1.44 billion US dollars in 2023, which indicates the important role of neuromarketing technologies in promoting goods, products and services and expanding the influence of neurodesign on the behavior of end consumers. It is the results of the impact on the buyer and the end consumer that indicate the effectiveness of neuromarketing technologies and show its role on the basis of visual salience, i.e. significance for marketing communications, which form the policy of consumer behavior and thanks to which marketing technologies and innovative developments in the field of innovation marketing are developed and implemented.

Marketing research points to the fact that salience is the basis of modern neuromarketing technologies, as it allows you to assess the impact of neural networks and acts as a prototype of computer vision, that is, it reflects the impact of neural networks of non-end users and their behavior. It is thanks to visual salience that self-driving cars, facial recognition systems and license plates have been developed. Salience is the basis of programs for working with biometric data about a person, which have become widely used to access protected information. It is visual salience that makes it possible to recognize the quality of the design of the drawing in the commercial and indicates the effectiveness of visual accompaniment.

Keywords: *neuromarketing, advertising, visual salience, computer vision, customer reaction, design, neural networks, innovation marketing, marketing research.*

В нынешних нестабильных условиях необходимы передовые методы маркетинговых исследований, чтобы выявить предпочтения или ограничения для удовлетворения потребностей клиентов.

Исследовательские инструменты нейромаркетинга способны изучать мозг потребителей и могут дать ответы на многие оставшиеся без ответа вопросы, связанные с потребителями. Это исследование демонстрирует дополняющую роль методов нейромаркетинга в понимании аспектов поведения потребителей. В нем основное внимание уделяется перспективному использованию отслеживания глаз в качестве методов нейромаркетинга для проведения маркетинговых исследований. Это исследование носит концептуальный характер и основано на обзоре литературы. Можно утверждать, что в текущем и предстоящих сценариях методы нейромаркетинга, особенно отслеживание глаз, станут частью маркетинговых исследований [1].

Недавние исследования потребительского поведения показали, что роль нейробиологических инструментов в расширении знаний о нейронных механизмах связана с принятием решений и эмоциональными процессами. Нейромаркетинг относится к использованию таких инструментов в деловой практике, особенно в рекламе и маркетинговых исследованиях.

Она направлена на преодоление ограничений традиционных методик путем непосредственного исследования эмоциональных и когнитивных реакций с помощью электрофизиологических и биометрических измерений. Фактически, традиционные исследования используют показатели самоотчета для изучения эмоций, но этого измерения недостаточно, чтобы охватить сложность эмоционального переживания, поскольку оно основано на когнитивных процессах, позволяющих исследовать только сознательную сторону эмоций, и оно подвержено когнитивной предвзятости или социальной желательности.

Нейробиология, применяемая к психологии потребителей, может иметь решающее значение для понимания роли рекламы или других стимулов на этапах обработки информации потребителями, когда эмоции могут создавать смысл [2].

Нейромаркетинг - это увлекательная область, которая сочетает неврологию с маркетингом, изучая, как мозг клиентов реагирует на различные маркетинговые стимулы, и, следовательно, помогая маркетологам лучше понимать потребителей.

Используя такие технологии, как отслеживание взгляда, кодирование лица и даже визуализация мозга, нейромаркетинг изучает подсознательные реакции на

рекламу, на визуальное сопровождение рекламы, брендинг и другие маркетинговые стратегии. Создавать маркетинговые материалы, которые действительно находят отклик и оказывают длительное воздействие – это основная задача, которая должна выполняться маркетологами при внедрении технологий нейромаркетинга.

Маркетологи теперь могут использовать возможности нейробиологии, чтобы лучше понимать чувства и мысли клиентов с помощью нейромаркетинга. Тестируя различные инструменты, такие как отслеживание глаз, распознавание лиц, функциональная магнитно-резонансная томография, стационарная топография (SST) и сканирование мозга, маркетологи могут измерять поведение потребителей более точно, чем когда-либо прежде. Эта новая технология революционизирует способы продвижения продуктов и услуг на рынок, открывая двери для бизнеса во всех отраслях.

Нейромаркетинг и нейробиология потребителей используют такие эффективные методы, которые непосредственно помогают исследовать сознание, не требуя какого-либо участия со стороны потребителя. В настоящее время специалисты по маркетингу тратят большие суммы в области рекламы, чтобы привлечь внимание фокус-групп через поведение потребителей и узнать, какие факты живут в их подсознании [3].

Нейромаркетинг уже успел вызвать интерес как с научной, так и коммерческой стороны, поскольку достижения в области технологий нейронной записи и алгоритмов интерпретации сделали его эффективным инструментом для продвижения. В отличие от традиционных методов маркетинговых исследований, нейромаркетинг позволяет фиксировать невысказанную когнитивную и эмоциональную реакцию потребителей на различные маркетинговые стимулы и может прогнозировать решения потребителей о покупке [4, С. 121-124.].

Официальные данные экспертов и результаты маркетинговых исследований указывают, что объем рынка нейромаркетинга по предварительным данным оценивается в 1,44 млрд долларов США в 2023 году, что свидетельствует о важной роли технологий нейромаркетинга в продвижении товаров, продукции и услуг и расширении влияния нейродизайна на поведение конечных потребителей.

Ожидается, что объем рынка нейромаркетинга достигнет 2,21 млрд долларов США к 2028 году, увеличиваясь в среднем на 8,89% в течение прогнозируемого периода.

Отметим, что технологии нейробиологии в маркетинговой деятельности играют важную роль, так как позволяют интерпретировать реакцию покупателей на визуальную рекламу и оказывает влияние на повышение заинтересованности клиентов и улучшение поведенческих прогнозов потребителей. Нейромаркетинг создает все необходимые условия для формирования маркетинговой политики воздействия на потребителей согласно их ожиданиям, ориентированной на положительный результат, прогнозируемый маркетинговой компанией.

Нейромаркетинговые решения, которые возникают на всех этапах жизненного цикла товара, продукции и услуги, как показывает практика, способствуют совершенствованию процедуры обработки базы больших данных о потребителях и потенциальных клиентах в маркетинговой среде на основе инструментов и технологий нейробиологии.

Маркетинговыми исследованиями доказаны преимущества использования нейромаркетинга и компании, которые используют технологии нейромаркетинга для разработки и продвижения визуальной рекламы, достаточно быстро в деятельность внедряют инновационные маркетинговые решения.

Например, такие крупные компании, такие как PepsiCo, The Weather Channel, eBay и Diabler, широко в рекламных кампаниях использовали методы нейромаркетинговых исследований для формирования фокус-групп, инновационных маркетинговых решений, проведения маркетинговых кампаний [5].

Визуальный нейромаркетинг позволяет обеспечить уникальное понимание задач визуального поиска. Важность визуального нейромаркетинга в повседневной практике трудно не оценить [6, С. 233–247].

Именно результаты воздействия на покупателя и конечного потребителя указывают на эффективность технологий нейромаркетинга и показывают его роль на основе визуальной салиентности, т.е. значимости для маркетинговых коммуникаций, которые формируют политику потребительского поведения и благодаря которым разрабатываются и внедряются маркетинговые технологии и инновационные разработки в области маркетинга инноваций.

Итак, салиентность (англ. *salience, saliency*, от *salient* – «выделяющийся, важный, заметный») – термин, близкий по смыслу русским словам «значимость», «важность», «заметность». Если говорить еще проще, салиентность – свойство объекта быть более заметным, нежели чем окружающие его объекты и использование данного термина в маркетинговой интерпретации очень выгодно подчеркивает его значение.

Маркетинговые исследования указывают на тот факт, что салиентность является основой современных технологий нейромаркетинга, так как позволяет оценить влияние нейросетей и выступает прототипом компьютерного зрения, то есть отражает воздействие нейросетей не конечных потребителей и их поведение.

Именно благодаря визуальной салиентности получили свое развитие беспилотные автомобили, системы распознавания лиц и номеров машин. Салиентность лежит в основе программ по работе с биометрическими данными о человеке, которые стали использоваться повсеместно для доступа к защищенной информации. Именно визуальная салиентность дает возможность распознать качество дизайна рисунка в рекламном ролике и указывает на эффективность визуального сопровождения [7].

Систематизированные преимущества использования нейромаркетинга в деятельности предприятий и организаций свидетельствует о возрастающей роли технологий нейромаркетинга в продвижении товаров, продукции и услуг в сети Интернет, что позволяет не только повысить качество обслуживания, показатели финансовой стабильности, увеличить продажи и средний чек покупателя, но и создать программы лояльности для потребителей, сформировать имидж компании и определенную целевую аудиторию.

Нейромаркетинговые технологии позволяют повысить уровень визуальной салиентности, узнаваемости и лояльности клиентов, спрогнозировать модели поведения клиентов и предугадать их потребности желания, что выгодно для производителей и продавцов, конечных потребителей [8].

Визуальная салиентность (значимость) очень важна и полезна для веб-дизайнеров, особенно учитывая ее роль в воздействии на нетерпеливых и отвлекающихся покупателей [9, С. 142-144.].

В одном исследовании использовалась карта визуальной значимости (в зависимости от интенсивности и цветового контраста, размера элемента и того, насколько близко он был расположен к центру страницы), позволяющая точно предсказать, где именно остановится взгляд потенциального клиента и пользователя на веб-странице официального сайта или рекламы.

Эта концепция может использоваться для разработки страниц сайта, когда нужно сконцентрировать внимание пользователя на определенном элементе или для того, чтобы элементы с более низким приоритетом не захватывали слишком много внимания. Таким образом, технологии нейромаркетинга направлены на формирование красивого дизайна с высоким уровнем визуальной салиентности, то есть значимости как для рекламной кампании, так и для компании-заказчика.

Кроме того, существует и классификация задач, к которым применимы те или иные модели, и эти задачи можно условно разделить на две основных области: задачи обнаружения объекта – в том числе и его распознавание, – и задачи определения точки фиксации взгляда (*eye fixation problem*) – точки, на которой с наибольшей вероятностью человек остановит свой взгляд. Подавляющее большинство существующих маркетинговых моделей используются для решения задач только одной из этих областей [10].

Благодаря широкому распространению передовых технологий, таких как VR и IoT, у маркетологов появилась возможность увязать эти ценности в своих рекламных обращениях новыми, инновационными способами [11, С. 407-411.]. И важно в будущем

сформировать с научной и практической точки зрения методику оценки визуальной saliентности в сфере функционирования нейромаркетинга.

Список использованных источников и литературы

1. Neuromarketing: a new agenda for marketing researches with particular reference to eye tracking [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: https://www.researchgate.net/publication/322852248_Neuromarketing_a_new_agenda_for_marketing_researches_with_particular_reference_to_eye_tracking
2. From virtual reality to augmented reality: A neuromarketing perspective [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.965499/full>
3. What is Neuromarketing? 15 Examples to Keep an Eye Out for in 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <https://www.marketing91.com/what-is-neuromarketing/>
4. Медведева, В. С. Нейромаркетинг как способ продвижения / В. С. Медведева // Молодой ученый. – 2020. – № 52 (342). – С. 121-124.
5. Анализ размера и доли рынка нейромаркетинга - тенденции роста и прогнозы (2023 - 2028 гг.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/neuromarketing-market>
6. Ярош О.Б. Визуальный нейромаркетинг: методология исследования и инструменты / О.Б. Ярош // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Биология. Химия. – 2019. – Том 5 (71). – № 4. – С. 233–247.
7. Визуальная saliентность: почему нейросети пока несовершенны [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <https://designersfromrussia.ru/vizualnaya-salientnost-pochemu-neiroseti-poka-nesovershenny>
8. Исследование влияния инструментов нейромаркетинга на поведение потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <https://ruzoo.ru/исследование-влияния-инструментов-н/?ysclid=lnj61l444t252578877>
9. Бриджер Даррен Нейродизайн. Ключ к созданию покупателей / Даррен Бриджер ; пер. с англ. Валентины Лебеденко. – Ростов н/Д : Феникс, 2020. – С. 142-144.
10. Кочурко В.А., Мадани К., Сабуран К., Головки В.А., Кочурко П.А. Обнаружение объектов системами компьютерного зрения: подход на основе визуальной saliентности // Доклады БГУИР. 2015. №5 (91). [Электронный ресурс]. – Режим доступа открытый: <https://cyberleninka.ru/article/n/obnaruzhenie-obektov-sistemami-kompyuternogo-zreniya-podhod-na-osnove-vizualnoy-salientnosti>
11. Елубаева, Н. О. Инновации в нейромаркетинге: тренды на 2023 год / Н. О. Елубаева // Молодой ученый. – 2022. – № 51 (446). – С. 407-411.

УДК 339.9(045)
DOI 10.58551/20728115_2023_10_100

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ: АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Нерсесян Диана Вазгеновна

Аспирантка, ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

E-mail: diana_angell@mail.ru

В данной статье автором исследуются перспективы развития российской экономики в условиях экономической турбулентности. Данные перспективы актуализируются в связи с включением инновационных технологий. Работа конкретизирует важнейшие направления экономического развития страны и отдельных сфер экономики и народного хозяйства. В ходе исследования акцент смещается на современные негативные тенденции, оказывающие существенное влияние на экономические процессы (пандемия, санкции).

Рассматривая содержание турбулентности в ходе исследования, автором определено влияние данного понятия на ход и темпы экономического развития. Экономическая турбулентность характеризуется не только как фактор риска, но и как ресурс, позволяющий находить новые подходы к управлению и развитию экономики. Основной целью данной работы является определение перспектив развития российской экономики в условиях турбулентности. Объект исследования при этом – экономическое развитие страны, предмет – условия турбулентности. При этом предполагается проанализировать актуальное состояние экономики и важнейшие факторы ее развития.

В качестве основных выводов автор предлагает рекомендации по реализации экономического развития, а также выявление долгосрочных перспектив совершенствования экономических процессов.

Ключевые слова: экономическое развитие, экономическая турбулентность, перспективы, инновационные технологии, глобальные риски, экономические угрозы, мировая экономика, прогнозный фон, антирисковое развитие, инновационная экономика, экономический прогресс

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY IN CONDITIONS OF ECONOMIC TURBULENCE: ASPECTS OF IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES

Nersesyan Diana Vazgenovna

Postgraduate student, Vladimir State University

E-mail: diana_angell@mail.ru

In this article, the author examines the prospects for the development of the Russian economy in the conditions of economic turbulence. These prospects are being updated in connection with the inclusion of innovative technologies. The work concretizes the most important directions of economic development of the country and individual spheres of the economy and national economy. In the course of the study, the focus shifts to current negative trends that have a significant impact on economic processes (pandemic, sanctions).

Considering the content of turbulence in the course of the study, the author determines the influence of this concept on the course and pace of economic development. Economic turbulence is characterized not only as a risk factor, but also as a resource that allows finding new approaches to the management and development of the economy. The main purpose of this work is to determine the prospects for the development of the Russian economy in conditions of turbulence. The object of the study is the economic development of the country, the subject of turbulence conditions. At the same time, it is supposed to analyze the current state of the economy and the most important factors of its development.

As the main conclusions, the author offers recommendations on the implementation of economic development, as well as the identification of long-term prospects for improving economic processes.

Keywords: *economic development, economic turbulence, prospects, innovative technologies, global risks, economic threats, world economy. forecast background, anti-risk development, innovative economy, economic progress*

Актуальность данного исследования определена спецификой развития мировой и российской экономики, отражающей нестабильность социально-политических процессов, воздействие негативных факторов (пандемия, санкции). Однако, выявленные негативные тенденции вполне могут нивелироваться современными экономическими инструментами, которые предоставляют достаточно ресурсов для обеспечения экономической стабильности государства [4].

В контексте неустойчивости международных связей, изменения направлений развития промышленности и производства актуально понятие экономической турбулентности, обобщающее и саму ситуацию неопределенности, и те процессы, которые происходят в экономической сфере. В связи с этим необходимо исследовать не только само понятие, но и содержание инновационного развития экономики страны, качественно и динамично развивающейся.

Обобщая вышесказанное, целью данной работы мы определили исследование инновационных перспектив развития российской экономики в условиях экономической турбулентности. Объектом конкретизировано экономическое развитие страны, предметом- условия турбулентности.

Для наиболее полного раскрытия тематики исследования, мы поставили ряд исследовательских задач:

1. Выявить основные факторы, оказывающие влияние на экономические процессы;
2. Определить понятие турбулентности в контексте динамики российской экономики;
3. Выявить инновационные направления и перспективы развития экономики страны.

Методы и методология

В целях более полного освещения содержания исследования нами использованы современные публикации, отражающие проблемы социально-экономического развития в России (М. М. Алибеков, А. А. Барташевич и др.), перспективы совершенствования экономической деятельности (М. А. Гасанов, А. З. Омаров, З. М. Азракулиев), а также исследующие понятие «турбулентность» и ее влияние на экономику (А. Кулькин, Я. С. Ядгаров, В. А. Сидоров).

Основной метод исследования- теоретико-методологический анализ вышеуказанных источников, а также сравнительный анализ различных точек зрения на данную проблему.

Результаты и их обсуждение

Нестабильность мирового социально-экономического пространства, изменения в макроэкономике и экономике страны обуславливают специфику развития отдельных сфер промышленности и производства, а также всего государства. Данные процессы способствуют возникновению так называемой экономической турбулентности, которая

является сложным и неоднозначным процессом. Существует множество точек зрения относительно данного определения. К примеру, В.К. Бурлачков характеризует его как «неупорядоченное движение, которому свойственны быстрая смена рыночных тенденций и сильные колебания экономических показателей» [4]. В данном случае показателями нестабильности выступают дисбалансы между макро- и микроэкономическими процессами экономики, а также расхождение между потребностями общества и теми ресурсами, которыми располагает современная экономика в РФ: спросом и предложением, инвестициями и сбережениями.

При этом, как отмечают Е. А. Звонова и Г. А. Бунич, процесс турбулентности исключает возможности проектирования и моделирования направлений и стратегий развития, что с одной стороны, пагубно сказывается на российской экономике, с другой определяет возможности учета изменений структуры и запросов потребительского рынка и построения новых моделей экономики.

Г.П. Журавлева и Н.В. Манохина [4] одним из основных факторов турбулентности определяют ускорение глобализации и отраслевое разделение мировой экономики. Это обуславливает неравномерность регионального и государственного развития в контексте мирового сообщества. Высокая динамика турбулентности, сопровождающаяся нестабильностью социально- политической обстановки, а также отсутствием антирисковых мер, перерастает в экономический кризис с отсутствием ресурсов развития. Именно поэтому необходимо недопущение подобной трансформации, а также определение текущего состояния экономики РФ. Такой кризисный дисбаланс как несоответствие спроса и предложения на рынке, растущих потребностей субъектов экономического развития и недостаточности инвестиций, может вести как полному спаду экономики, так и к новому витку ее развития.

Результатом VII научно-практической конференции «Экстремальные ситуации, конфликты, согласие», (организаторы МВД и Институт социологии РАН) стало признание того, что социально- политические процессы, взаимосвязь экономической сферы с преступностью являются основными негативными факторами, способствующими возникновению турбулентности и экономической нестабильности [5]. Данные выводы были подтверждены и в ходе последующих подобных мероприятий, которые показали, что более 40% преступных группировок организуют незаконную экономическую деятельность, используя условия нестабильности и возможности теневой экономики, что также создает ситуацию турбулентности и нестабильность динамики экономического развития российского общества.

На международной московской конференции в апреле 2023 г., посвященной исследованию рыночной экономики в условиях турбулентности было определено, что мировая конфронтация является одной из угроз развития экономики России и без антикризисных мер может привести к дроблению экономики и геоэкономической фрагментации [10]. Также были конкретизированы факторы ускорения турбулентности, отражающие участие России в глобальных экономических процессах:

1. Санкции и ущемление экономических прав России провоцируют возникновение нового кризиса и ведут к дестабилизации энергетического и продовольственного рынка;
2. Поражение кризисными явлениями ведущих государств с наиболее развитой экономикой, которые являлись или могли являться экономическими партнерами Российской Федерации;
3. Отсутствие определенности в направлениях и перспективах экономики приводит к невозможности планирования стратегий развития;
4. Высокий риск геополитических конфликтов, которые разворачиваются вокруг России, является основным фактором негативного влияния на страны Содружества Независимых Государств [10].

Учитывая вышеуказанные факторы, необходимо определить актуальное состояние российской экономики и исследовать меры, способствующие ее развитию в условиях экономической турбулентности. Субъекты рыночной экономики стремятся владеть полной информацией о мировых изменениях и на ее основе определять перспективы эффективной модернизации и более устойчивого развития в регионах и

муниципалитетах [1]. Однако получение масштабных и достоверных данных затруднено тем, что Россия достаточно медленно интегрируется в мировую экономику с учетом негативных социально-политических тенденций. Это уменьшает и замедляет приток инвестиций, как следствие приостановления развития сотрудничества с зарубежными странами.

Как отмечает М. М. Алибеков, состояние мировых международных рынков характеризуется высокой волатильностью. Увеличивая объемы несырьевого экспорта, Россия сможет снизить влияние данной волатильности на показатели государственной экономики. Основным фактором увеличения объемов и динамики экспорта торговли России может стать привлечение новых экспортеров в российскую внешнеэкономическую деятельность и повышение их конкурентоспособности [1].

Еще одной важнейшей экономической проблемой в РФ в условиях турбулентности А. А. Барташевич [2] называет невозможность полноценного проведения комплексной антиинфляционной политики в государстве, которая должна выходить за рамки нейтрализации монетарных факторов, способствующих возникновению инфляции, обеспечивая стабильность экономического пространства.

Основным направлением государственной политики, содействующим развитию российской экономики, по мнению различных авторов (А. А. Чулок) является повышение расходов на НИОКР, внедрение инноваций в промышленность, производство и экономические процессы в целом. Кроме того, по результатам исследований Ассоциации менеджеров России [9], у управленцев необходимо формировать универсальные компетенции, позволяющие вырабатывать стратегические решения, минимизирующие риски турбулентности. Кроме того, подчеркивается важность разработки проектов, ориентированных не только на устранение рисков факторов, но и на стабилизацию экономической обстановки в отдельных отраслях хозяйства и в государстве.

Подобная экономическая политика на федеральном и региональном уровнях позволяет выявлять риски на самом раннем этапе возникновения и корректировать управленческие стратегии в контексте актуальных экономических процессов.

Анализ социально-экономического развития общества, а также производственно-отраслевой инфраструктуры позволяет отразить основные негативные проявления турбулентности в российском обществе:

- сокращение количества иностранных инвестиций в сферы промышленности и производства, обусловленные уменьшением числа стран-экономических партнеров;
- нестабильное и неравномерное развитие различных секторов экономики, которое вызвано нарушением спроса и предложения на потребительском рынке;
- невозможность планирования и четкого принятия управленческих решений, а также своевременного реагирования на изменения в экономической сфере вследствие недостаточной обеспеченности финансовыми и материально-техническими ресурсами.

Данные проблемы актуализируют необходимость системного анализа и сравнения динамики развития промышленности и производства с целью разработки государственных и негосударственных проектов в сфере экономики и бизнеса, исследования различных составляющих и инфраструктуры потребительского рынка. Это позволяет реализовывать системный подход в развитии экономики, который отражает возможность возникновения системных инноваций в любой сфере экономики на любом этапе турбулентности, тем самым увеличивая шансы воздействия на риски и проблемы.

Процесс внедрения инноваций не имеет ограничений в сфере технологии, науки или экономики. Он активизирует внедрение нововведений в институциональную, организационную и управленческую сферы, переориентируя, зачастую не только направления экономических процессов в период турбулентности, но и трансформируя само понятие развития в концептуальном и практическом аспектах.

Принимая во внимание то, что турбулентность- это процесс нестабильный, характеризующийся как ухудшением экономического климата в целом, так и отдельными «витками» дестабилизации [8], которые оказывают существенное влияние

на формирование конкурентоспособности субъектов экономики и стабилизацию их развития.

Проанализировав понятие и содержание турбулентности в экономике, мы пришли к заключению о его неоднозначности, которая отражает и факторность рисков и потенциал экономического развития государства.

В работе мы выявили, что турбулентность представляет собой комплекс условий, содержащих факторы нестабильности и разрушения экономического пространства. Данное явление обуславливает выработку специфических мер, направленных на работу аналитиков и практиков с понятием «турбулентности».

Отечественные исследователи в области экономики [2;3] отмечают, что одними из важнейших мер государственной экономической политики в этой связи являются:

- увеличение инновационной и инвестиционной активности субъектов экономики с участием государственных структур;

- внедрение в национальную экономику элементов цифровой трансформации;

- участие в национальных проектах, способствующих экономическому развитию и созданию систем "открытых инноваций" в промышленности и производстве.

- совершенствование и поощрение государством механизмов финансирования и инвестирования предприятий и организаций инновационной сферы, что будет способствовать совершенствованию технологических и информационных процессов в экономике.

Объемы и темпы экономического роста с учетом данных рекомендаций также будут прямо пропорциональны объемам природных ресурсов, рабочей силы капитала и эффективности его использования.

Определяя специфику экономического развития в период турбулентности, необходимо понимать не только объем, но и технологию использования ресурсов на различных этапах экономического процесса, объем необходимых инвестиций, а также уровень компетентности специалистов, реализующих данные способы и методы минимизации рисков турбулентности.

Список использованных источников и литературы

1. Алибеков М. М. Социально-экономическое развитие России на современном этапе // РППЭ. 2021. №12 (134). С. 25-31.
2. Барташевич А. А. Современные проблемы экономического развития // ELS. 2022. №4. Апрель. С. 294-296.
3. Гасанов М. А., Омаров А. З., Азракулиев З. М. Экономические аспекты формирования и перспективы развития производственно-отраслевой инфраструктуры в условиях современных вызовов // РППЭ. 2022. №7 (141). С. 5-13.
4. Звонова Е. А., Бунич Г. А. Турбулентность мировой экономики в условиях пандемии // Экономика. Налоги. Право. 2021. №5. С.20-30.
5. Кулькин А. Турбулентный этап социально- экономического развития России // Россия и мусульманский мир. 2015. №12 (282). С. 27-46.
6. Лapidус Л. В. Вызовы цифровой экономики как триггеры цифровой трансформации: эволюционная шкала и причинно-следственные связи // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2023. №3. С.
7. Сидоров В.А., Турсунов И.Э., Гулов М.О. Приоритеты инновационного развития: вызовы, угрозы и риски // Экономика и социум. 2023. №6-1 (109). С. 1021-1028.
8. Смоленская С. В. Анализ развития инновационной экономики в современной России. Проблемы и перспективы развития // Вестник УлГТУ. 2018. №1 (81). С.59-62.
9. Чулок А. А. Прогнозирование 5.0: эпоха возрождения // Социодиггер. 2021. №9 (14). С. 141-146.
10. Ядгаров Я. С., Сидоров В. А., Ильинова В. В. Феномен рыночного хозяйства: турбулентность и глобальные риски // Российский внешнеэкономический вестник. 2023. №6. С. 92-97.

УДК 338.488

DOI 10.58551/20728115_2023_10_105

РЕКОНСТРУКЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТА НА ПРИМЕРЕ САНАТОРНО КУРОРТНОГО ФОНДА ЮГА РОССИИ

Ромашкина Ольга Петровна*Старший преподаватель,**ФГБОУ ВПО «Московский государственный лингвистический университет»***E-mail:** romash98@mail.ru**SPIN-код** 1478-9714**Красноженова Галина Федоровна***Заведующий кафедрой международного бизнеса и гостиничного дела,**доктор социологических наук, профессор,**ФГБОУ ВПО «Московский государственный лингвистический университет»***E-mail:** krasnojenova@linguanet.ru**SPIN-код** 8624-3030

В современном гостиничном бизнесе реконструкция предприятия размещения часто оказывается более выгодной по сравнению со строительством нового объекта. Реконструкция отелей и гостиниц позволяет повысить их категорию, обновить номерной фонд, расширить перечень оказываемых услуг, добавляя новые общественные зоны. В России около 20-25% действующего номерного фонда нуждается в реконструкции – это советские гостиницы, которые не соответствуют даже средним требованиям комфорта и безопасности для клиентов, чья реконструкция становится выгодной инвестицией. Процесс реконструкции полностью обновляет отель, с целью придания новых свойств в будущем, иными словами, позволяет «перезапустить» его. В работе проведен анализ санаторно-курортного фонда Юга России, нуждающегося в реконструкции. На основе анализа сделаны рекомендации по реконструкции санаторно-курортных предприятий.

Ключевые слова: реконструкция, предприятие гостеприимства, санаторно-курортный фонд, Юг России, номерной фонд, строительство, изменение планировочных решений, реорганизация.

HOSPITALITY ENTERPRISE RECONSTRUCTION: RUSSIAN SOUTH RESORTS EXAMPLE

Romashkina Olga Petrovna*Senior Lecturer, Moscow State Linguistic University***E-mail:** romash98@mail.ru**SPIN-код** 1478-9714**Krasnozhenova Galina Feodorovna***Head of the Department of international business and hospitality,**Doctor of Sociological Sciences, Full Professor**Moscow State Linguistic University***E-mail:** krasnojenova@linguanet.ru**SPIN-код** 8624-3030

In modern hospitality business reconstruction of a venue turns out to become more beneficial comparing to new object construction. Hotels and resorts reconstruction allows to

upgrade the category, renovate the rooms fund and expand the amount of provided services by adding new public areas. About 20-25% of rooms fund in Russia is a subject for reconstruction – former Soviet hotels far from the most average comfort and security requirements – its reconstruction may become a potentially profitable investment. Reconstruction process allows to fully renovate the hotel and 'restart' it. This article examines Russian South resorts that need reconstruction. Recommendations are made based on the analysis.

Keywords: *reconstruction, hospitality enterprise, resort, Russian South, rooms fund, construction, planning solutions change, reorganization.*

В современном гостиничном бизнесе реконструкция предприятия размещения часто оказывается более выгодной по сравнению со строительством нового объекта. Реконструкция отелей и гостиниц позволяет повысить их категорию, обновить номерной фонд, расширить перечень оказываемых услуг, добавляя новые общественные зоны. В России около 20-25% действующего номерного фонда нуждается в реконструкции – это советские гостиницы, которые не соответствуют даже средним требованиям комфорта и безопасности для клиентов, чья реконструкция становится выгодной инвестицией. Процесс реконструкции полностью обновляет отель, с целью придания новых свойств в будущем, иными словами, позволяет «перезапустить» его.

Преимущества реконструкции перед строительством нового гостиничного предприятия обусловлено следующими факторами:

1. При рациональном подходе реконструкция способствует быстрой окупаемости. После завершения реконструкции срок окупаемости может составить всего 5-8 лет. Срок построенных «с нуля» объектов в среднем составляет в два раза больше (11-15 лет). Для отелей 5* при большом объеме инвестиций в новое строительство срок окупаемости может достигать 25 лет. Принимая во внимание, что реновация в гостинице по нормам должна проходить каждые 15-20 лет, то эффективнее и проще повысить звездность действующей гостиницы с помощью реконструкции, нежели строить новую пятизвездочную гостиницу.

2. Объем инвестиций меньше. При строительстве новой гостиницы со средним по размеру номерным фондом, требуется привлечь большее финансирование. Чаще всего оно выполняется за счет крупных гостиничных сетей или девелоперов. Реконструкция действующего гостиничного предприятия способствует уменьшению объема инвестиций до того уровня, когда инвестором может быть региональная гостиничная сеть. Используя процесс реконструкции, общий объем затрат можно снизить на 15-70% в отличие от строительства такого же объекта. Суммарный размер экономии связан с проектом, состоянием реконструируемого здания, возможными работами.

3. Возможность поэтапного процесса реконструкции. К примеру, работы проводятся с временным перекрытием части помещений, что способствует непрерывному функционированию отеля, т.е. отсутствию простоев. В таком случае сроки проведения реконструкции несколько затягиваются, однако связанные с нею расходы существенно снижаются.

4. Ребрендинг, т.е. полный перезапуск отеля, чаще всего соседствует с реконструкцией. Перезапуск способствует быстрому выведению предприятия на более высокий уровень, повышению узнаваемости и доходности.

Согласно Гражданскому кодексу РФ, реконструкцией объектов капитального строительства называется изменение параметров объекта капитального строительства, его частей (высоты, количества этажей, площади, объема), в том числе надстройка, перестройка, расширение объекта капитального строительства, а также замена и (или) восстановление несущих строительных конструкций объекта капитального строительства, за исключением замены отдельных элементов таких конструкций на аналогичные или иные улучшающие показатели таких конструкций элементы и (или) восстановления указанных элементов [1, с.5]

Работы по реконструкции здания чаще всего в полной мере изменяют внешний облик объекта. Рассмотрим изменения по некоторым параметрам, которые возможны при проведении работ по реконструкции:

- габариты здания;
- конструкции, материалы, из которого сделаны стены и перекрытия;
- размеры комнат, внутренних помещений;
- проемы, размеры дверей;
- количество этажей;
- общая площадь всех объектов;
- внешний вид фасада [2, с.3-5].

Реконструкция отеля, как правило, осуществляется с целью повысить его известность, поэтому пожелания потребителей необходимо учитывать в полной мере. Однако не стоит забывать о сохранении фирменного стиля отеля при проведении реконструкции, поскольку это выделяет его среди всех других [3, с.10-15].

Во время реконструкции зданий, которые предназначены для размещения гостей, необходимо учитывать следующие особенности:

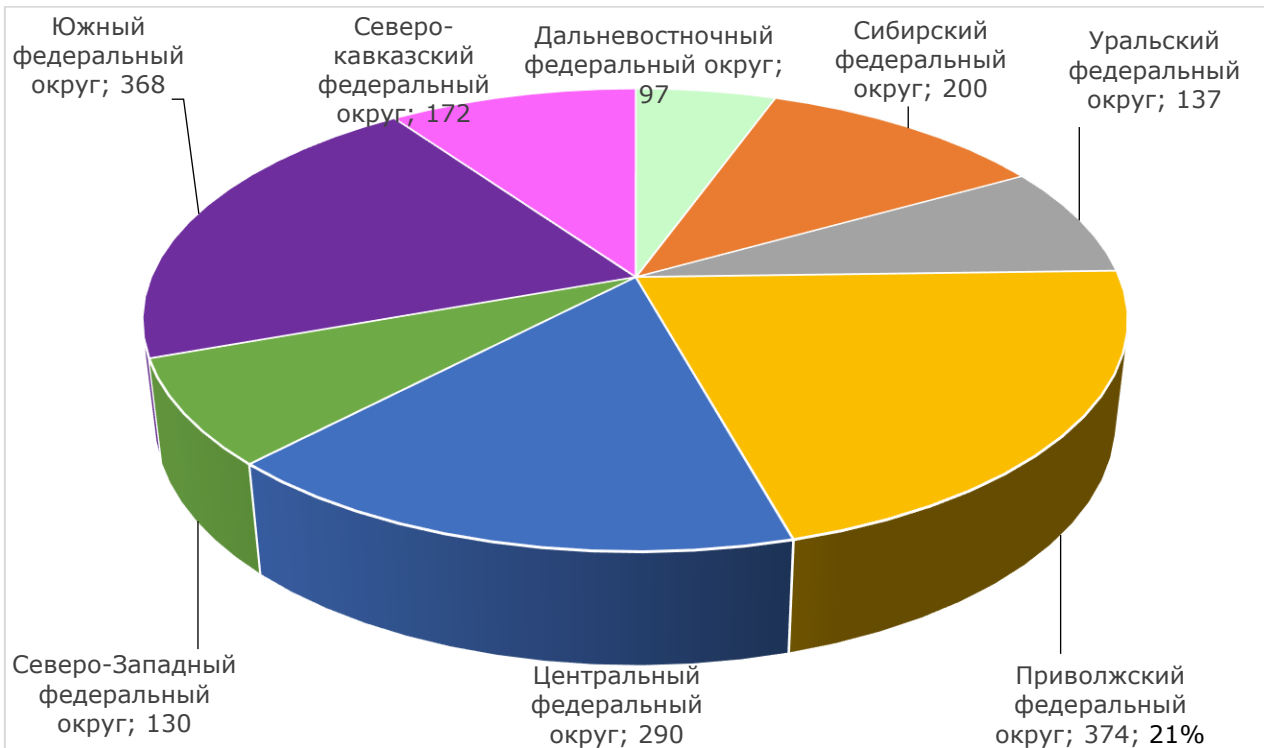
- у номеров слишком маленькая площадь (требуется оптимизация планировки или объединение соседних номеров, уменьшая при этом количество номерного фонда);
- неэффективная организация помещений общего пользования, имеются «пустые» или труднодоступные зоны (организация холла, лобби, коридоров неудобна, отсутствие ресторанов, игровых комнат для детей, спортзалов и т.п. в отелях);
- изношенность и устаревание инженерных систем, недостаточная производительность на объекте. Отсутствие некоторых коммуникаций, систем видеонаблюдения, пожарной безопасности, эффективной вентиляции и т.п.;
- недостаточная высота потолков. Для исправления такого недостатка нужна масштабная реконструкция с переносом перекрытий. Другой вариант представляет из себя метод перепланировки, при которой высота потолков не будет «бросаться в глаза»;
- некачественная шумоизоляция. Для того чтобы уменьшить распределение шума, необходимо произвести процесс звукоизоляции всех окружающих стен, перегородок, перекрытий [4, с.32-36].

Важно иметь в виду, что при реконструкционных действиях возможно возникновение аварийной ситуации.

Санаторно-курортное дело (деятельность) – совокупность всех видов научно-практической деятельности по организации и осуществлению профилактики заболеваний, лечению и реабилитации больных на основе использования природных лечебных ресурсов, изучения их свойств и механизма действия, комплекс мероприятий по организации, строительству, управлению курортами, обеспечению лечения и культурно-бытового обслуживания граждан на курорте, эксплуатации и охране природных лечебных ресурсов и санитарной охране курортов [5, с.7].

Для того чтобы понять и объективно оценить ситуацию в санаторно-курортной сфере в России уместно рассмотреть следующие данные.

1. На конец 2022 г. количество санаторно-курортных организаций в РФ насчитывало 1768 предприятий [6], распределение которых по федеральным округам показано на рисунке 1.



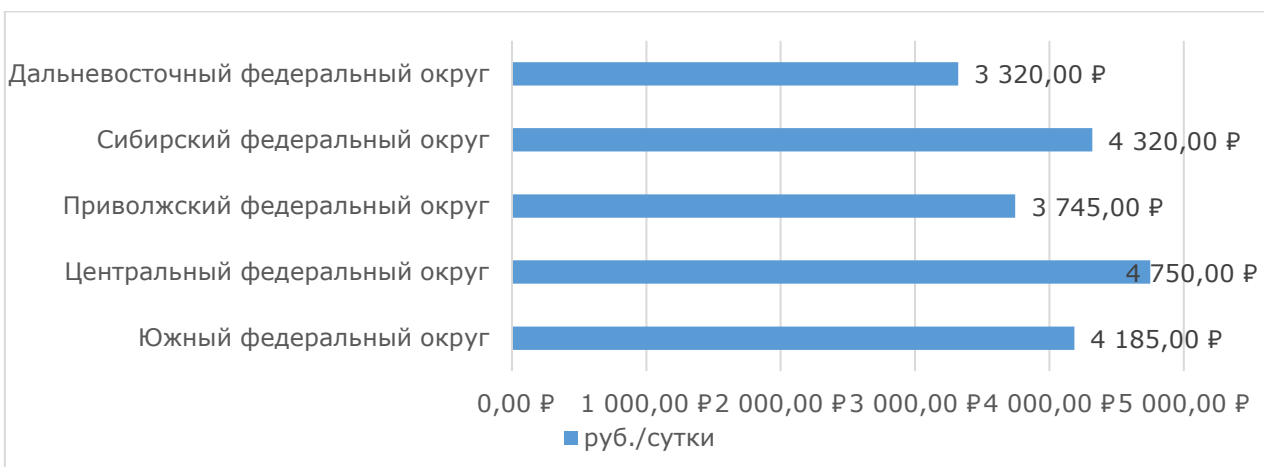
Источник: Составлено автором по данным Единой межведомственной информационно-статистической системы.

Рисунок 1 – Распределение санаторно-курортных организаций по регионам РФ

На рисунке видно, что на Южный федеральный округ приходится 21%, что составляет 368 санаторно-курортных организаций.

2. В настоящее время 44% из представленных санаторно-курортных организаций являются государственными, 3% – муниципальными, а 53% – частными. Всего в санаториях страны отдыхает около 7 млн россиян, большинство из которых граждане старше 40 лет [6].

Рассмотрим рейтинг регионов [7] по спросу на санаторно-курортные путевки, выраженные в стоимости за сутки проживания и лечения (см. рисунок 2).



Источник: Составлено автором по данным Росстат

Рисунок 2 – Рейтинг курортов России по доступным ценам для отдыха и лечения в санаториях в летний сезон 2021 г.

3. Рассмотрим классификацию санаторно-курортных предприятий по видам (см. таблицу 1).

Таблица 1

Численность санаторно-курортных организаций РФ за 2017–2021 гг.

Виды санаторно-курортных организаций	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Санатории и пансионаты с лечением в том числе:	1273	1249	1293	1310	1320
– взрослые санатории и пансионаты с лечением	760	769	793	810	818
– санатории для детей с родителями и детские санаторно-оздоровительные лагеря	513	480	500	500	502
Санатории-профилактории	506	483	460	421	427
Курортные поликлиники, бальнеологические лечебницы и грязелечебницы (включая детские)	30	23	24	21	21
ИТОГО:	1809	1755	1777	1752	1768

Источник: Составлено автором на основании Росстат

Из таблицы видно, что в 2021 г. в России насчитывалось 1768 санаторно-курортных организаций, что на 2,27% меньше, чем в 2017 г. Число предприятий сократилось в связи с высокими капитальными затратами на их содержание, а также низким потоком финансирования отрасли.

Контрольно-надзорные мероприятия в 2018-2019 гг. в отношении санаторно-курортных организаций показали следующее:

1. На данный момент только 59% СКО соответствуют требованиям законодательства РФ по обеспечения санитарно-эпидемиологической безопасности населения.

2. Централизованным водоснабжением обеспечены практически все санаторно-курортные предприятия (92%).

3. В санаторно-курортных организациях, расположенных на территориях 25 субъектов РФ, не имеется очистных сооружений.

4. В 123 санаторно-курортных организациях, отнесенных к государственной форме собственности, износ зданий составляет более 80%.

5. В Южном федеральном округе, в котором сосредоточено наибольшее количество государственных санаторно-курортных организаций, отмечается высокий уровень износа зданий [8].

6. Более 80% износа медицинского оборудования наблюдается в 166 санаторно-курортных организациях.

7. Большинство санаторно-курортных организаций (95%) не имеют приспособлений для передвижения и размещения инвалидов [7].

Таким образом, наличие устаревшей и недостаточно эффективно используемой ресурсной базы в сфере санаторно-курортного, оздоровительного и медицинского туризма является одним из факторов, тормозящих развитие санаторно-курортной отрасли в РФ, что приводит к отсутствию ее конкурентоспособности на международном рынке.

Рекомендуемые мероприятия по реконструкции заключаются в следующем:

1. Изменение планировочных решений предполагает:
 - капитальное строительство;

- частичную разборку помещений или зданий (корпусов);
 - замену или усиление конструкций;
 - упрочнение фундамента или грунта (цементация, устройство набивных свай, битумизация и т.д.);
 - реорганизацию объекта;
 - осуществление кровельных работ и при необходимости создание мансарды.
- Кроме этого, может быть устроен дополнительный уклон крыши или ее усиление;
- улучшение архитектурной выразительности за счет обновления здания (оштукатуривание, окраска, утепление, добавление дверных или оконных проемов);
 - изменение планировки, увеличение высоты или площади помещений номерного фонда или зон общего пользования (фойе, коридоры);
 - изменение расположения, конфигурации отдельных кабинетов, палат, их групп, секций, отделений;
 - увеличение количества, улучшение планировки мест отдыха, немедицинского обслуживания проживающих: столовых, буфетов, комнат отдыха, санузлов и пр.;
 - формирование удобных, доступных путей перемещения для проживающих и медицинского персонала, путей эвакуации (перенос входных проемов, обновление входных групп, обустройство новых лестниц, переходов, лифтов).

2. При реконструкции СКО возможно расширение площади самого объекта (если учреждение не справляется с загруженностью), что требует более тщательного проектирования:

- строительство пристроек, возведение новых корпусов;
- дополнительные этажи;
- обустройство летних помещений;
- реконструкция мансардных, подвальных, цокольных этажей [9].

3. Обновление устаревших коммуникаций, инженерных систем и оборудования. Электромонтажные работы выполняют с учетом того, какое оборудование будет установлено в помещениях после завершения работ. Обязательно условием является внедрение системы резервного питания для основных нужд здравницы. Все остальное – водопровод, канализация, система отопления будут обустроены по стандартным нормам.

4. Необходимый набор систем безопасности комплектуется в зависимости от требований СКО. Хорошим дополнением является система видеонаблюдения общих зон, отдельных палат, кабинетов, прилегающей территории. Возможностью является установка СКУД (система контроля и управления доступом), которая ограничивает проезд на внутреннюю территорию санаторного учреждения или доступ к отдельным помещениям.

5. Обновление внутренней отделки медицинских помещений происходит с использованием моющихся, гигиеничных материалов, которые смогут выдержать постоянную санобработку, и не накапливать грязь. Также традиционно для здравниц используют светлые цвета, чтобы любые загрязнения были хорошо заметны, а напольные покрытия не должны быть скользкими. Не допускается использование легковоспламеняющихся, несущих потенциально аллергены и другие вредные материалы.

6. Обновление фасадов несет в себе несколько целей:

- улучшение внешнего облика здания;
- создание энергоэффективной конструкции ограждения (для минимальных показателей теплопотери);
- повышение акустического комфорта внутри помещений (основательная звукоизоляция фасада).

Основные результаты

Исходя из вышеизложенного, при разработке проекта реконструкции санаторно-курортных организаций с учетом рассмотренных недостатков, предлагаются следующие пути решения проблем:

1. В части благоустройства территории необходима установка скамеек, фонари,

дополнительных урн, адаптационных маршрутов для людей с ограниченными возможностями, модернизация ныне существующих в некоторых здравницах детских и спортивных площадок. Если возможна новая планировка территории, то необходимо сразу сформировать многофункциональное пространство для тихого отдыха, массовых игр, конференций и встреч. При этом не стоит забывать о дополнительном озеленении территории СКО.

2. Растущий уровень автомобилизации способствует формированию дополнительных парковочных мест. С целью сохранения наземной территории для озеленения и благоустройства, возможно проектирование подземного паркинга. В условиях горного рельефа ЮФО это очень актуально.

3. Для благоустройства пляжа возможны следующие изменения: сооружение ливневой канализации, ремонт душа и туалетов на пляжах, организация обслуживания питания (кафе и баров), обустройство лестниц для входа в воду, введение пунктов проката.

4. Для обслуживающего персонала необходимо применение международных гостиничных стандартов обслуживания, а для службы питания возможно внедрение формата «все включено», системы обслуживания в номерах «room-service». Актуальна установка мини-баров в номерном фонде или организация станций питания «фаст-фуд» на территории СКО.

5. Проблему несоответствия архитектурных фасадов советского времени архитектуре исторических зданий предполагается решить путем реконструкции с учетом стилистики окружающих строений [10]. Для каждого здания необходима экспертиза для решения: оставить или демонтировать здание и построить новое.

6. В условиях отсутствия многофункциональности зданий СКО при реконструкции следует включить в его состав кинотеатры, спортивные залы, массажные кабинеты, банные комплексы.

7. Часто внутренняя отделка и площадь помещений (номерной фонд) СКО не соответствуют нормативным требованиям, мировым стандартам и ожиданиям отдыхающих. Для получения более высокой звездности предлагается внедрение современного оборудования номерного фонда и МОП, в том числе такие удобства как ванны и душ. Возможность предоставления дополнительных мест, хорошая шумоизоляция и применение правильных материалов, а также кондиционирование, вентиляция.

В связи с представленными рекомендациями необходимо уделить особое внимание благоустройству и функциональному наполнению территорий. Реконструируя здания и выполняя рекомендации можно сформировать уникальные санаторно-курортные комплексы.

Список использованных источников и литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая: федер. закон 30.11.1994 № 51-ФЗ (в ред. от 22.10.2022). [Электрон. ресурс] – URL: <http://www.consultant.ru/online>.
2. Безгодков, М.А. Реконструкция зданий и сооружений: учебник для среднего профессионального образования / М.А. Безгодков, Д.Г. Золотозубов. – Пермь: Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2020. – 159 с.
3. Матушевская, Е.А. Социально-экономическое развитие санаторно-курортного комплекса на Крымском полуострове: проблемы и перспективы // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: сб. науч. тр. Симферополь. – 2019. – С. 179–182.
4. Олейник, П.П. Организация реконструкции промышленных зданий и сооружений: учебник. – М.: Ассоциация строительных вузов (АСВ), 2020. – 572 с.
5. Федеральный закон № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (в ред. от 21.11.2011) [Электрон. ресурс] – URL: <http://www.consultant.ru/online>.

6. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС): [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/42106>.

7. Основные показатели деятельности санаторно-курортных организаций (Росстат): [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/kvart-sanat-tur.html>

8. Луковцева, А. К. Состояние и проблемы развития туризма в Южном федеральном округе // Бизнес в законе. – 2020. – №2. – С.48-52.

9. Подсевалова, Е.Н. Финансовое оздоровление предприятий туристской индустрии как этап антикризисного управления // Сервис plus. – 2020. – № 25. – С. 97–106.

10. Шкурко, В.Е. Архитектурные тенденции создания санаторных комплексов юга Советского Союза 1930–1950-х годов // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2019. – № 125. – С. 64–67.

УДК 33

DOI 10.58551/20728115_2023_10_113

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ, В ТОМ ЧИСЛЕ, В СФЕРЕ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Трубицин Николай Сергеевич

Аспирант ОЧУ ВО «Московская международная академия»

E-mail: Nvt-expert@mail.ru

В данной статье рассматриваются актуальные проблемы логистических перевозок на современном этапе развития транспортно-экономической сферы. Автор исследует особенности развития транспортно-логистических компаний с участием субъектов малого предпринимательства, конкретизируя основные проблемные моменты. При этом выявляются не только межфункциональные конфликты в сфере перевозок, но также пути оптимизации деятельности малых предприятий в области логистики. Работа раскрывает содержание логистической деятельности в контексте условий развития экономики настоящего времени.

Основной целью нашей работы является определение актуальных проблем развития транспортно-логистических компаний, а также планирование максимально эффективного их функционирования. Объектом работы является развитие транспортно-логистических компаний с учетом субъектов малого предпринимательства, предметом - проблемы в сфере транспортной логистики в РФ.

Ключевые слова: логистика, субъекты малого предпринимательства, распределение, вопросы перевозок, транспортная сфера, предприятия малого бизнеса, автотранспортные перевозки, межфункциональный конфликт, конкурентоспособность, управление в логистике.

ACTUAL PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF TRANSPORT AND LOGISTICS COMPANIES, INCLUDING IN THE SPHERE OF SMALL BUSINESSES IN THE RUSSIAN FEDERATION

Trubitsin Nikolay Sergeevich

Postgraduate student of Moscow International Academy

E-mail: Nvt-expert@mail.ru

This article discusses the current problems of logistics transportation at the present stage of development of the transport and economic sphere. The author explores the features of the development of transport and logistics companies with the participation of small businesses, specifying the main problematic points. At the same time, not only cross-functional conflicts in the field of transportation are identified, but also ways to optimize the activities of small enterprises in the field of logistics. The work reveals the content of logistics activities in the context of the conditions of economic development of the present time.

The main purpose of our work is to identify the current problems of the development of transport and logistics companies, as well as planning their most effective functioning. The object of the work is the development of transport and logistics companies taking into account small businesses, the subject is problems in the field of transport logistics in the Russian Federation.

Keywords: *logistics, small business entities, distribution, transportation issues, transport sphere, small business enterprises, road transport, cross-functional conflict. Competitiveness, management in logistics*

Актуальность тематики данной работы обусловлена динамикой экономической ситуации в России, которая, с одной стороны, характеризуется стремительным темпом развития промышленности и производства, с другой – отражает воздействие негативных социально-экономических и политических факторов (пандемия, санкции, иные ограничения). В связи с этим трансформируются различные отрасли экономической сферы, в том числе, связанные с возникновением новых субъектов хозяйственной деятельности (средний и малый бизнес), а также расширением масштабов и скоростей отдельных секторов (к примеру, логистические перевозки). Транспортная логистика является одной из важнейших отраслей экономики, т.к. предоставляет возможность выполнять заказы клиентов быстро и своевременно, а также позволяет гибко реагировать на различные изменения потребительского рынка. Наряду с крупнейшими российскими компаниями-перевозчиками («Деловые линии», «Салаил», «Смарт логистик интернешенел» и др.) функционируют фирмы, которые осуществляют перевозки в небольших объемах, что позволяет максимально учитывать потребности заказчиков и перевозить грузы не только на длительные, но и небольшие расстояния («Логистическая компания», «Optimalog»). У данных компаний как субъектов малого предпринимательства, существует специфика функционирования, а также ряд актуальных проблем, что и определило тематику нашего исследования.

Целью работы в контексте выбранной темы является определение актуальных проблем развития транспортно-логистических компаний, а также планирование максимально эффективного их функционирования. Объектом исследования определено развитие транспортно-логистических компаний с учетом субъектов малого предпринимательства, предметом – проблемы в сфере транспортной логистики в РФ.

В связи с вышесказанным необходимо решить ряд исследовательских задач, направленных на:

- выявление современного состояния логистической отрасли в РФ;
- анализ деятельности логистических компаний-субъектов малого предпринимательства;
- изучение основных проблем и определение путей их решения, связанных с деятельностью данных субъектов хозяйственной деятельности.

Методы и методология

Основным методом исследования является теоретико-методологический анализ источников по данной тематике, а также сравнительный анализ деятельности логистических компаний-субъектов малого бизнеса.

В качестве методологической основы нами определены публикации современных авторов, отражающие исследования в области логистики (В.В. Дыбская, М. Б. Малецкая, С. Г. Холмовский и пр.), выявления основных проблем и конфликтов в данной сфере (Г. П. Карцев, Н.А. Майзнер), а также изучения специфики деятельности субъектов малого предпринимательства в контексте информационной логистики).

Результаты и их обсуждение

Современное состояние логистической отрасли в РФ

Логистическая отрасль в современной России развивается не только в контексте динамики экономических процессов и явлений, но также с учетом тех факторов, которые оказывают существенное влияние на развитие сервиса перевозок и доставки грузов качественно и своевременно.

Среди основных преимуществ выбора логистических компаний приоритет отдается автомобильным перевозкам. Это обусловлено следующими факторами [9]:

- более низкая стоимость приобретения и владения;
- перевозка по принципу «от двери до двери»;
- гибкость и маневренность при построении маршрутов и различных схем доставки.

Подобные условия обуславливают увеличивающееся многообразие компаний, осуществляющих логистические перевозки, в том числе, субъектов малого предпринимательства.

Как подчеркивают отечественные исследователи (М. Б. Малецкая, С. Г. Холмовский), приоритет в выборе логистических услуг отдается большим транспортным компаниям, которые предоставляют весь комплекс услуг, ориентируясь на заказчика. На долю крупнейших компаний приходится более 78% перевозок [7], однако небольшую часть перевозок осуществляют более гибкие и мобильные компании-субъекты малого бизнеса, имеющие свои преимущества. В ряде случаев преимущества при организации логистических перевозок получают также небольшие компании потому, что на грузовые потоки их объемы и направления, значительное влияние оказывают социальные, политические и экономические факторы, такие как локдаун вследствие пандемии, санкции, которые зачастую снижают объемы грузоперевозок, ограничивают поставки товаров и соответственно, количество логистических передвижений. Именно поэтому возрастает спрос на функционирование региональных логистических центров, а также небольших компаний, готовых осуществлять незначительные по объему перевозки. Это обеспечивает максимальную оперативность доставки грузов, возможность быстрой загрузки и меньшую себестоимость перевозки по сравнению с крупными компаниями при выполнении небольших заказов.

Безусловно, для организации оптимального функционирования логистической отрасли необходимо наличие определенных условий, которые являются неотъемлемой частью экономической деятельности. Одним из таких условий является наличие необходимой информационной и транспортной инфраструктуры [7].

Кроме того, материально-техническая база, такая как транспортное оснащение, наличие складских помещений, а также обеспечение логистического процесса кадровыми и цифровыми ресурсами, являются важнейшими факторами эффективности процесса грузоперевозок.

Деятельность логистических компаний-субъектов малого предпринимательства

По данным российских аналитиков, деятельность предприятий малого бизнеса составляет лишь около 40% от всех негосударственных субъектов экономики [3]. Безусловно, логистическое обеспечение конкурентоспособного функционирования компаний-субъектов малого предпринимательства осложняет ситуация, которая сложилась под воздействием внешних социально-экономических и политических факторов. Однако, задача поддержания деятельности подобных логистических компаний достаточно важна, т.к. существует достаточно большой спрос на поставки не в крупных промышленных масштабах, а для мелкооптовой торговли или небольшого строительства.

Логистические компании-субъекты малого предпринимательства также важны в ситуациях, когда товары необходимо доставить на небольшие расстояния, а крупным центрам перевозок невыгодно осуществлять подобную доставку грузов. Субъекты малого предпринимательства доставляют по всей России грузы от 1 килограмма, что, безусловно невозможно делать большим компаниям, а между тем небольшие объемы перевозок достаточно популярны среди физических лиц, заказывающих доставки для личных нужд (к примеру, индивидуального жилого строительства), а также поставщиков товаров и продукции, которые также являются субъектами малого предпринимательства. Подобная деятельность небольших компаний позволяет им включаться в систему хозяйственных связей, которые объединяют между собой зачастую различные отрасли экономики и необходимы для организации целостного производственного процесса. Данные связи способствуют созданию кластерных образований, гарантируют устойчивые конкурентоспособные логистические позиции и соответственно-стабильность на рынке услуг транспортно-логистических компаний.

Кроме того, небольшие компании реализуют более лояльный и мобильный подход в осуществлении перевозок, ориентируясь на запросы клиентов. Это позволяет реализовывать корпоративные задачи с минимальными дополнительными затратами, привлекая все большее количество заказчиков и формировать стабильную клиентскую базу.

Основные проблем в логистике. Пути их решения.

В качестве одной из основных проблем можно назвать износ транспорта, а также подъемного оборудования, который составляет около 85% имеющихся ресурсов [7]. Сопутствует усугублению данной проблемы ветхость коммерческой недвижимости (более 80%), отсутствие необходимого количества складских помещений для хранения грузов, а также зачастую ограниченный комплекс услуг, предоставляемых логистическими фирмами.

Еще одной сложностью, по мнению В. В. Дыбской [2], является тот факт, что многие субъекты хозяйственной деятельности эффективно планируют сбыт, но не могут прогнозировать распределение доставляемых товаров. Это обусловлено недостаточной развитостью логистической инфраструктуры и стремлением минимизировать затраты путем использования только своей материально-технической базы. Зачастую, не имея необходимого оборудования в собственности и при отсутствии возможности его арендовать, субъект малого предпринимательства может потерять скорость и качество обслуживания, что ведет к снижению спроса на услуги данной компании. Небольшие компании стремятся расширять рынки сбыта, оказывая новые услуги, перевозя различные грузы на разные по длительности расстояния. Причем данные действия они стараются осуществлять наряду с крупными компаниями, поэтому логистика распределения играет немаловажную роль в организации процесса доставки, а логистическая процедура становится мощным инструментом, способствующим максимальной эффективности реализации корпоративной стратегии.

В. И. Сергеев [8] дополняет, что одними из важнейших проблем в сфере логистики можно назвать недостатки координации и взаимодействия между партнерами на различных этапах транспортировки грузов, недостатки коммуникации между менеджерами и исполнителями, а также небольшую обеспеченность информацией всех участников логистического процесса. Кроме того, данный автор подчеркивает, что результаты практических исследований (опроса и анкетирования) отражают, обусловленность взаимодействия партнеров в процессе грузоперевозки лишь возникшими проблемами, а не стремлением организовать эффективную логистику и не всегда результатом обсуждений является решение выявленных проблем.

Децентрализация снабжения и распределения логистических процессов в организациях, которые имеют множество направлений деятельности, приводит к тому, что уменьшаются масштабы поставок, а также появляются дополнительные страховые запасы, которые обусловлены множественностью направлений деятельности. Кроме того, возрастают издержки транзакций в контексте увеличения количества поставщиков и интенсивности взаимодействий с ними.

Безусловно, в небольших компаниях руководители не всегда идут на то, чтобы нести дополнительные затраты в целях внедрения новых технологий, однако, в случае экономического обоснования использования подобных средств, минимизируется множество рисков (отсутствие связи между участниками логистического процесса, невозможность отследить местонахождение груза) и это определяет принятие конкретных решений руководством.

С. А. Жданов выделяет следующие проблемы, препятствующие развитию транспортно-логистической отрасли в сфере малого предпринимательства:

- высокая затратность перевозок на малые расстояния и низкая стоимость логистических услуг, которая не покрывает расходы;
- высокий уровень конкуренции обусловлен большим количеством как небольших, так и крупных компаний, осуществляющих логистические перевозки;
- недостаточный спрос на услуги грузоперевозок в небольших объемах обуславливает принятие любых, даже минимальных заказов в целях создания клиентской базы;
- небольшое количество квалифицированных рабочих, которые могут обеспечить полный пакет логистических услуг;
- малое количество транспортных средств и высокий процент изношенности используемых машин;
- высокий процент кредита при покупке, а также лизинге автомобилей.

Кроме того, как отмечает Н. А. Майзнер, различия между отделениями и филиалами различных фирм ведут к проблемам, которые непосредственно связаны с логистикой: определением объемов поставок товаров, размерами партий, сроками, продолжительностью рейсов, размерами грузовой тары, которая на них используется. Несоблюдение основных условий логистических перевозок ведет к сложности прогнозирования времени, необходимого для доставки товаров, ослаблению контроля сроков доставки грузов, а также сложности оптимизации маршрутов рейсов по доставке товаров. Кроме того, это затрудняет передачу информации в течение всего логистического процесса от поставщика до заказчика.

В. И. Сергеев [8] в своих работах подчеркивает, что одним из факторов, способствующих минимизации проблем и конфликтов в сфере логистики является то, что представители компаний- субъектов малого предпринимательства чаще внедряют в логистический процесс инновации, цифровые технологии и обмениваются ими, чем в крупных компаниях, имидж которых уже сформирован и нуждается лишь в поддержке.

В продолжение данной точки зрения необходимо отметить, что в наших более ранних работах [9] нами определен целый комплекс проблем: от мест размещения и хранения доставляемой продукции до разработки оптимальных маршрутов доставки грузов, которые необходимо не только детализировать, но и организовать методическое обеспечение их решения.

Одним из вариантов минимизации вышеуказанных проблем является использование цифровых сервисов, электронного документооборота, а также различных приборов с элементами цифровизации (GPS- навигаторы, электронные платежные системы «Посейдон», «Контур», цифровые экспедиторы и пр.), что сокращает время на обработку документации, контролировать процесс доставки в режиме реального времени на протяжении всего маршрута, а также обеспечивает постоянное взаимодействие всем участникам логистического процесса. Данные процессы отражают актуальность информатизации бизнеса и перевода ряда логистических процессов в онлайн- режим.

Деятельность менеджера по логистике должна заключаться не только в построении маршрута и распределении поставок, но также в реализации межфункциональной координации логистического процесса в целом. Это позволяет минимизировать затраты на дополнительных специалистов, а также обеспечивать взаимодействие всех участников логистического процесса и общаться в течение рейса в режиме реального времени.

В качестве основных выводов по нашей работе необходимо отметить, что нами были выявлены основные проблемы, связанные с функционированием логистических компаний. Их можно дифференцировать на несколько групп:

- ресурсно- кадровые;
- материально- технические;
- организационные.

В целях разрешения данных проблем необходимо организовать методическое обеспечение деятельности логистических компаний, а также обеспечить ряд мер государственной поддержки субъектов малого предпринимательства, таких как:

- субсидирование расходов на топливо и приобретение транспортных средств;
- снижение налоговой нагрузки на логистические компании как субъекты малого предпринимательства;
- разработка и строительство новых логистических маршрутов и скоростных магистралей, позволяющих в более короткие сроки доставлять грузы;
- создание государственных заказов для активизации логистической деятельности компаний- субъектов малого предпринимательства.

Таким образом, проблемы функционирования субъектов малого предпринимательства в транспортно- логистической сфере обуславливают не только активизацию деятельности самих компаний, но также отражают большую роль государственной поддержки. Это позволит не только поддержать уже работающие

компании, но также обеспечить их высокую конкурентоспособность и создание новых субъектов экономической деятельности, которые функционируют в сфере логистики.

Не менее эффективным инструментом можно определить увеличение роли сотрудничества государства с субъектами малого предпринимательства в сфере логистики (к примеру, государственно- частное партнерство), что позволяет подключить новые ресурсы, а также минимизировать факторы, препятствующие развитию транспортно- логистической отрасли.

Список использованных источников и литературы

1. Быкова О. Н., Пустохина И. В. Вызовы и перспективы развития рынка транспортно-логистических услуг // ЭПП. 2020. №1. С. 63-70.
2. Дыбская В.В. Современный подход к управлению распределением в логистике // Российское предпринимательство. 2023. №3. С. 58-61.
3. Жданов С. А. Логистическое обеспечение конкурентоспособности малых предприятий в условиях глобализации // Известия СПбГЭУ. 2013. №4 (82). С. 127-131.
4. Карцев Г. П. Современные проблемы при организации автотранспортных международных перевозок // Наука без границ. 2021. №8 (60). С. 103-114.
5. Кузменко Ю. Г., Хатеев И. В. К вопросу о классификации предприятий малого и среднего бизнеса с позиции информационной логистики // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2012. №30. С.181-183.
6. Майзнер Н.А. Основные причины возникновения межфункциональных конфликтов, связанных с логистикой // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2011. №41. С. 44-54.
7. Малецкая М. Б., Холмовский С. Г. Состояние и развитие транспортной логистики в современных условиях // Baikal Research Journal. 2022. №3. С.1-10.
8. Сергеев В.И. Выявление «Узких мест» логистического контроллинга в российских компаниях // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. 2015. №2. С. 52-63.
9. Трубицин Н. С. Перспективы развития логистических компаний среди субъектов малого предпринимательства в условиях санкционных ограничений // Вестник Московской международной академии. 2022. №2. С. 194-198.
10. Чен Бок Сун, Кузьмичёва И. А. Проблемы развития российских транспортно-логистических компаний // Век качества. 2020. №3. С. 103-114.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК: 336.012.23

DOI 10.58551/20728115_2023_10_120

СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ ИМПАКТ-ИНВЕСТИЦИЙ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Аксакова Наталья Владимировна

Эксперт по финансовым проектам в сфере стратегического развития
и трансформации, SAP SE,

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
SPIN-код РИНЦ 6030-0762

E-mail: natalia.aksakova@outlook.com

В современной финансовой практике наблюдается возрастающее внимание к экономически эффективным инвестициям, оказывающим положительное воздействие на социальное и экологическое окружение. Такие капиталовложения, называемые импакт-инвестициями, представляют собой особый вид финансирования, выделяющийся своими задачами и результатами. Целью работы является выявление и описание признаков, которые качественно отличают импакт-инвестиции от других классов вложений, ориентированных на достижение общественного блага, а также установление и закрепление критериев сравнения, позволяющих провести границу между смежными инвестиционными подходами. Методология исследования включает исторический, сравнительный и системный анализ, аналитический подход, методы аналогий, экспертных оценок и экстраполяции тенденций. Теоретической основой послужили труды зарубежных ученых и практиков по проблемам анализируемых инвестиционных стратегий, сведения из баз данных международных ассоциаций, законодательные и нормативные акты, регламентирующие процесс финансовых вложений. Информационной базой исследования стали опубликованные в свободном доступе материалы российских и международных научных конференций, пресс-релизы и анонсы инициатив. Результаты исследования позволили разграничить понятия импакт-инвестиций, социально-ответственных инвестиций, ESG-инвестиций, устойчивых и ответственных инвестиций на основании критериев, включающих цели и руководящие принципы инвесторов, а также стратегии, реализуемые компаниями-получателями. Подтверждена гипотеза некорректности синонимичного использования вышеупомянутых терминов и разъяснены основные заблуждения в позиционировании импакт-инвестиций в системе смежных категорий.

Ключевые слова: импакт-инвестиции; социально-ответственные инвестиции; устойчивые инвестиции; ESG-инвестиции; ответственные инвестиции.

CONTENT OF THE IMPACT INVESTMENT CATEGORIES: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS

Aksakova Natalia Vladimirovna

Expert on financial projects in the field of strategic development
and transformation SAP SE,

Russian Academy of National Economy and Public Administration
RISC SPIN-code 6030-0762

E-mail: natalia.aksakova@outlook.com

In modern financial practice, there is an increasing focus on cost-effective investments that have a positive impact on the social and environmental environment. Such investments, called impact investments, represent a special type of financing, distinguished by its objectives and results. The purpose of the paper is to identify and describe the features that qualitatively distinguish impact investments from other classes of investments aimed at achieving the public good, as well as to establish and consolidate the comparison criteria that allow to draw the boundary between related investment approaches. The research methodology includes historical and comparative and system analysis, analytical approach, methods of analogies, expert assessments, and extrapolation of trends. The theoretical basis was provided by the works of foreign scientists and practitioners on the problems of analyzed investment strategies, data from databases of international associations, as well as legislative and regulatory acts governing the process of financial investments. The information base of the research was the materials of Russian and international scientific conferences, press releases and announcements of initiatives published in free access. The research results allowed to distinguish the concepts of impact investment, socially responsible investment, ESG investment, sustainable and responsible investment based on criteria including investors' goals and guidelines. The hypothesis of incorrectness of their synonymous use is confirmed and the main misconceptions in positioning impact investments in the system of related categories are explained.

Keywords: *impact investment; socially responsible investment; sustainable investment; ESG investment; responsible investment.*

Сегодня исследователь, стремящийся к пониманию инвестиционных стратегий, ориентированных на достижение позитивных эффектов, выходящих за рамки исключительно финансовой выгоды, оказывается перед сложной задачей. На первый взгляд синонимичные термины, которые появились на различных этапах формирования предметной области, теперь плотно интегрированы в ее лексическую сеть. Устоявшиеся понятия, такие как «социально-ответственные инвестиции», «устойчивые инвестиции», «ESG-инвестиции» и «импакт-инвестиции», вызывают дополнительное смущение и неоднозначность при попытке определить их сферы применения и различия. При этом, несмотря на поверхностное сходство, эти концепции могут нести в себе нюансы, связанные с акцентами на определенные аспекты общественной и экологической ответственности, управления рисками и другими факторами. В условиях, когда сфера импакт-инвестирования демонстрирует стремительный рост и привлекает все больше внимания со стороны инвесторов и организаций, четкое определение сопряженной терминологии становится особенно актуальным.

В данной статье автор стремится выявить и описать концептуальные различия между импакт-инвестициями и другими видами вложений, направленными на получение положительных социальных и экологических результатов. Особое внимание уделяется прояснению спорных интерпретаций сути и содержательных характеристик импакт-инвестиций, а также установлению их корректного позиционирования среди инвестиционных возможностей, доступных на финансовых рынках.

Проведенное трехэтапное кабинетное исследование опирается на широкий спектр методологических подходов и инструментов, включая контент-анализ современных публикаций, отчетов и экспертных мнений, способствующих более глубокому пониманию особенностей импакт-инвестиций и их взаимосвязи с другими подходами к размещению капитала.

Полученные результаты вносят вклад в качественное восприятие концепции и позволяют избежать искажения реальных принципов и целей импакт-инвестиций, а также создания неверных ожиданий у инвесторов, предпринимателей и общественности. Разъяснение часто встречающихся заблуждений и установление четких границ демаркации направлено на снижение смысловой фрагментации и недопонимания и, таким образом, способствует устойчивому и гармоничному развитию экосистемы импакт-инвестирования.

Методология исследования.

Импакт-инвестирование можно определить как процесс направленного вложения денежных средств, ресурсов или активов с целью одновременного получения финансовой отдачи и оказания долгосрочного положительного воздействия на природное и социальное окружение. На первом этапе исследования в качестве ассоциирующихся с ним терминов автором были выделены все те инвестиционные стратегии, которые либо (а) обладают определенной взаимосвязью, близостью или схожестью в контексте приведенного выше значения, либо (б) употребляются в англо- и русскоязычной литературе и публикациях как взаимозаменяемые или синонимичные друг другу. Полученный список, включающий ключевые фразы на английском языке и аналогичные, употребляемые в качестве прямого перевода фразы на русском языке, был подвергнут частотному анализу на основе данных поисковых систем Google без ограничения по периоду с целью выявления наиболее часто используемых на практике терминов. К дальнейшему рассмотрению допускались понятия, удельный вес которых в общей выборке превышал 10%.

На втором этапе был осуществлен контент-анализ статей, монографий, различных отчетов и тематических материалов, опубликованных в течение последних четырех лет, в период с начала 2019 по конец 2022 годов, и попадающих в первые пятьдесят позиций поисковой выдачи по анализируемым выражениям. Аналогичные по содержанию материалы, переводы, а также дублирующиеся в разных источниках публикации опускались и в расчет не включались. Основными задачами, решаемыми на данном этапе, было выявление и структурирование подходов, которые компания или индивид могут реализовывать на рынке инвестиций, ориентированных на общественное благо, а также установление взаимосвязи между целями и стратегиями компаний и целями и стратегиями инвесторов.

На третьем этапе полученные выводы были объединены с атрибутами импакт-инвестиций для проведения сравнительного анализа фокусных инвестиционных стратегий с целью подтверждения или опровержения гипотезы о корректности их синонимичного использования.

Импакт-инвестирование и связанные концепции.

По результатам проведения первого этапа исследования были идентифицированы семь понятий на английском языке и десять понятий на русском языке, используемые в качестве смежных с импакт-инвестированием (табл. 1). Анализ частоты их упоминания показал значительный разрыв в уровне популярности тематики и степени широты дискурса в России и зарубежных странах: количество публикаций на английском языке более чем в 770 раз превышает число русскоязычных источников. Также обращает на себя внимание тот факт, что на английском языке «impact investing» является на текущий момент одним из наиболее часто употребляемых в контексте предметной области терминов, уступая по этому показателю лишь «ESG-investing», в то время как на русском языке чаще обсуждаются понятия ответственного и социального инвестирования. Однако следует отметить, что при этом тренд на отождествление импакт-инвестиций с другими классами вложений (в частности, с социальными инвестициями и инвестициями социального воздействия) по-прежнему является доминирующим в России, что может влиять на относительную частоту упоминаний в текстах и сообщениях.

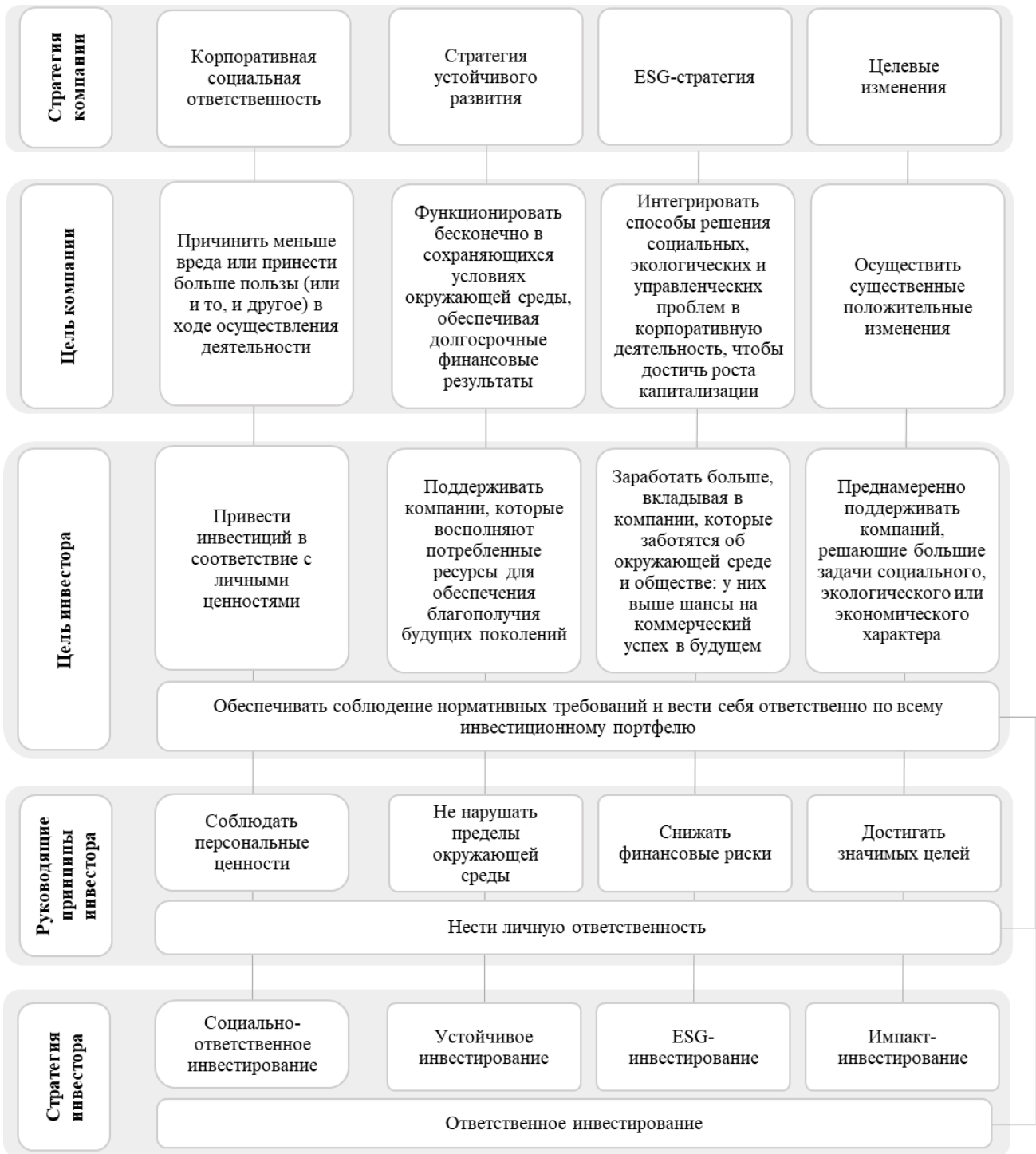
Импакт-инвестирование и смежные понятия

Термин, англ.	Кол-во упоминаний в Google, тыс.	Варианты перевода	Кол-во упоминаний в Google, тыс.
Impact investing	9.820,0	– Импакт-инвестирование – Преобразующее инвестирование	4,1 0,6
ESG-investing	14.600,0	ESG-инвестирование	5,6
Sustainable investing	4.780,0	– Устойчивое инвестирование – Инвестирование в устойчивое развитие	6,7 4,7
Responsible investing	8.620,0	Ответственное инвестирование	13,2
Socially responsible investing	5.210,0	Социально-ответственное инвестирование	6,6
Ethical investing	186,0	Этичное инвестирование	2,6
Social impact investing	867,0	– Социальное инвестирование – Инвестиции социального воздействия	8,8 0,9
Green investing	117,0	Зеленое инвестирование	3,5

Источник: Составлено автором. Результаты представлены по состоянию на 21.08.2023. Возможны пересечения

Наиболее устоявшимся переводом выражения «impact investing» представляется его прямая адаптация на русский язык – «импакт-инвестирование». Альтернативный вариант – «преобразующее инвестирование» – активно использовался в 2020-2021 гг., в частности после выхода книги «Социально-преобразующее инвестирование: как мы меняем мир и зарабатываем деньги» [2], но в целом в медиа-пространстве не закрепился.

По итогам частотного анализа было принято решение исключить из анализируемой совокупности на основании низкого удельного веса в выборке термины социального и зеленого инвестирования. Этичное инвестирование также далее не рассматривалось, так как исторический экскурс показывает, что этичное инвестирование и социально-ответственное инвестирование – по сути синонимичные концепции [1], первое из которых постепенно уступило место последнему из упомянутых. Таким образом, последующий контент-анализ был сфокусирован вокруг понятий импакт-инвестирования, устойчивого, ответственного, социально-ответственного и ESG-инвестирования. Полученные в ходе его проведения результаты свидетельствуют о существовании в настоящее время четырех принципиально разных подходов, которые организации применяют с целью достижения определенных социальных и экологических эффектов (рис. 1).



Примечание: составлено автором

Рисунок 1 – Инвестиционные стратегии, направленные на получение совокупности финансовых и нефинансовых результатов

Первый подход – корпоративная социальная ответственность – предполагает, что организация стремится к коммерческому успеху и параллельно с этим, в качестве дополнительных добровольных мер, реализует действия, направленные на уменьшение негативных воздействий или увеличение позитивных результатов ее операционной деятельности (либо делает и то, и другое одновременно).

Второй подход – стратегия устойчивого развития – характеризуется тем, что организация приоритетно распределяет ресурсы в пользу достижения долгосрочных финансовых результатов и при этом целенаправленно поддерживает текущее

состояние окружающей среды (оказывая на нее нетто-нейтральное влияние) с целью обеспечения возможности своей прибыльной деятельности в бесконечной перспективе.

Третий подход – ESG-стратегия – связан с осознанием организацией того, что соблюдение требований ESG в современных условиях является неотъемлемым фактором коммерческого успеха на долгосрочном горизонте, в связи с чем она интегрирует методы для решения определенных социальных, экологических или экономических проблем в свою корпоративную деятельность, справедливо рассчитывая, что подобные действия увеличат ее стоимость на рынке.

Наконец, четвертый подход – стратегия целевых изменений или импакт-стратегия – заключается в том, что организация изначально создается с целью осуществления конкретных качественных трансформаций в сфере социальной, экологической или экономической среды. В рамках своей операционной деятельности она всегда остается нацеленной на постоянное достижение накопительного нетто-положительного воздействия.

Данные стратегии не являются взаимоисключающими: уже функционирующая организация имеет возможность одновременно воплощать несколько из них, объединяя компоненты первых трех из упомянутых выше.

Безотносительно к поставленным целям и тем подходам, которые в соответствии с ними реализуются, организации, в поисках возможностей финансирования, выходят на инвестиционный рынок, создавая спрос на капитал. Предоставление капитала, с другой стороны, выполняется инвесторами, которые, в свою очередь, руководствуются определенными принципами формирования своих портфелей в интересах достижения поставленных ими целей. Помимо приумножения активов, инвесторам, как правило, важно:

1. соблюдать личные морально-этические ценности, в том числе при осуществлении финансовых вложений;
2. своими вложениями содействовать поддержанию состояния окружающей среды в интересах как для текущего, так и для будущих поколений;
3. снижать долгосрочные риски падения финансовой отдачи от текущих вложений, вызванные несоответствием компаний-реципиентов стандартам деятельности в социальной, экологической или управленческих сферах;
4. достигать с помощью грамотного размещения капитала значимых для них целей.

Исходя из характера личных стремлений, владельцы капитала отбирают отвечающие их целям и руководящим принципам компании для финансирования, то есть, в логике вышеперечисленного:

1. коммерческие организации, деятельность которых отвечает (или не противоречит) их персональным убеждениям;
2. коммерческие организации, которые восполняют потребленные ими ресурсы для обеспечения благополучия будущих поколений;
3. коммерческие организации с наивысшим потенциалом успеха, определенным на базе их сравнительной оценки по расширенному перечню критериев и показателей (в т.ч. нефинансового характера);
4. коммерческие организации, созданные для того, чтобы решать большие задачи социального, экологического или экономического характера.

Финансовые вложения в такие компании в современной практике называются, соответственно, социально-ответственными, устойчивыми, ESG-инвестициями и импакт-инвестициями, которые могут идеально дополнять и расширять возможности друг друга в рамках одного или нескольких портфелей. Выбирая, куда направить свои ресурсы, инвесторы, таким образом, реализуют представленные ниже в сравнении инвестиционные стратегии: социально-ответственное инвестирование, инвестирование в устойчивое развитие, ESG-инвестирование и импакт-инвестирование.

Сравнение импакт-инвестирования со смежными стратегиями.

Импакт-инвестиции представляют собой особый вид вложений, осуществляемых с целью одновременного достижения финансовой прибыли и создания положительных

социальных, экологических или других долгосрочных качественных изменений в обществе или окружающей среде. Они характеризуются набором важных атрибутов, формирующих их фундаментальные свойства (рис. 2).

Перечень этих ключевых признаков был определен и продолжает регулярно обновляться «Глобальной сетью импакт-инвестирования» (Global Impact Investing Network, GIIN). По настоящее время он остается основополагающим для экспертов и практиков во всем мире и включает атрибуты преднамеренности, ожидаемой окупаемости, заданного диапазона ожидаемой доходности и измеримости результатов (см. позицию GIIN на рис. 2). С опорой на выводы предшествующего анализа мы расширяем данный перечень, добавляя к нему два дополнительных атрибута, включающих создание дополнительной ценности и интеграцию в стратегический подход (см. расширенную интерпретацию на рис. 2).



Примечание: Составлено автором на основании [13]

Рисунок 2 – Атрибуты импакт-инвестиций

На настоящий момент указанные атрибуты играют значимую роль в двух ключевых направлениях. Во-первых, они предоставляют возможность провести более точное определение, соответствует ли конкретное финансовое вложение принципам и стандартам, признанным в рамках импакт-инвестирования, и, стало быть, является ли оно подходящим для классификации как импакт-инвестиция. Во-вторых, их практическое применение существенно упрощает разграничение между различными видами инвестиций, которые ориентированы на достижение целей, тесно связанных с результатами, не ограничивающимися лишь коммерческой выгодой.

При совокупном рассмотрении полученных на втором этапе исследования результатов и атрибутов импакт-инвестиций становятся более очевидными сходства и различия между импакт-инвестированием и смежными по отношению к нему инвестиционными стратегиями.

Хотя импакт-инвестирование и имеет общие черты с социально-ответственным инвестированием, оно выделяется из соответствующего инвестиционного класса, стремясь «достичь четко определенного и измеримого социального воздействия, а не просто избегать негативных альтернатив» [17]. Учитывая это, импакт-инвестирование «можно рассматривать скорее как эволюцию концепции социально-ответственного инвестирования, хотя в этих двух областях и есть некоторое совпадение» [17, 353]. Однако одним из ключевых моментов здесь является то, что импакт-инвестиции, как следует из их атрибутов, направлены на инициативы и компании, которые показывают измеримые результаты, а не только имеют благие намерения. Иными словами, социально-ответственные инвесторы могут инвестировать в любую компанию, которая не нарушает их ценности, тогда как импакт-инвесторы будут искать ту особенную, которая создается для целенаправленной борьбы за их соблюдение [16].

По сравнению с устойчивым инвестированием, импакт-инвестирование предполагает более интенсивные усилия для соблюдения более жесткого набора норм и правил. Во-первых, помимо получения финансовой отдачи, которая обычно составляет основную цель организаций, ориентированных на устойчивость, импакт-организации, по определению, также равнозначно стремятся достичь неких целей воздействия. Чтобы подтвердить их достижение, они, в отличие от первых из упомянутых, обязаны оценивать полученные положительные результаты и отчитываться о них не реже одного раза в год (атрибут измеримости результатов).

Во-вторых, положительное влияние, которое оказывает компания и/или проект, получающие импакт-инвестиции, не может быть случайным. Как у бизнеса, так и у инвестора должно присутствовать искреннее намерение заниматься деятельностью, которая напрямую способствует улучшению мира (атрибут преднамеренности, расширенная интерпретация). Многие организации, реализующие стратегию устойчивого развития, лишены этой существенной характеристики: их позитивное воздействие часто является вторичным или приобретенным, не зафиксированным в уставных документах на этапе создания бизнеса как инвестиционной возможности.

В-третьих, дополнительно создаваемая ценность как атрибут импакт-инвестирования означает, что данный эффект не был бы достигнут, если бы не существовала конкретная компания или не осуществлялся конкретный проект. Например, многие производители солнечного оборудования могут отвечать требованиям устойчивости, но при этом они не достигают порога создаваемой ими дополнительной ценности, поскольку их легко заменить. И наоборот, компании, первопроходцы технологических достижений, таких как недорогие методы секвенирования генов или программное обеспечение для моделирования энергоэффективности нового поколения, будут считаться импакт-компаниями, потому как являются уникальными представителями на рынке, решающими насущные проблемы уникальными способами (при условии, что они будут отвечать всем остальным критериям импакт-компаний) [10].

Также стоит упомянуть еще два свойства, которые помогают разделить понятия импакта и устойчивости:

1. свойство «существенности» означает, что деятельность или продукты, задействованные в оказании целевых импакт-эффектов, должны приносить основную

часть выручки компании, что зачастую не является применимым для компаний, включающих принципы устойчивого развития в свои политики и процедуры;

2. свойство «доступности» или «фактор доступа» предполагает, что импакт-компания, как правило, создаются в областях, где фактор доступа низкий (например, в сфере образования такой областью будет предоставление доступного и качественного образования малообеспеченным молодым людям в развивающейся стране в противовес обучению обеспеченных студентов из благополучных семей, живущих в развитой стране). Для целей устойчивого развития свойство доступности менее релевантно, так как их реализация подразумевает усилие во всех областях и на всех уровнях.

Как следствие, строгий набор требований, налагаемых на импакт-инвестиции, означает, что существует ряд популярных инвестиционных инструментов устойчивого развития, которые нельзя включить в импакт-портфель.

При сравнении импакт-инвестирования и ESG-инвестирования, демаркационным признаком является тот факт, что импакт-инвестиции – это тип вложений, которые инвестор изначально осуществляет с прицелом на определенные положительные изменения, в то время как учет факторов ESG является лишь частью процесса оценки потенциальной эффективности долгосрочных вложений в определенную компанию и может рассматриваться как подход к выявлению нефинансовых рисков, которые могут оказать существенное влияние на будущую стоимость актива [18]. Вообще говоря, ESG-показатели сосредоточены на порядке деятельности организации, в то время как при импакт-инвестировании акцент делается на продуктах и услугах, которые она производит. То есть для получения ESG-инвестиций компания должна применять в своей деятельности разумные экологические, социальные и корпоративные практики, но, чтобы квалифицироваться как претендент на импакт-инвестиции, она, помимо этого, должна еще и продавать решения, продукты и услуги, которые помогают миру добиваться положительных изменений [11].

ESG-инвестирование в этом контексте представляется логическим продолжением социально-ответственного инвестирования, когда вместо исключения целых отраслей из инвестиционной вселенной, инвестор определяет компании, которые показали лучшие результаты среди своих коллег по отрасли с точки зрения факторов ESG [15]. Этот процесс гарантирует, что деньги инвестора поддержат компании с самыми высокими стандартами деятельности [9]. Такая возможность возникает из-за количественного характера ESG-метрик по сравнению со стандартами корпоративной социальной ответственности, которые в основном являются «мягкими», качественными, требованиями, подчеркивающими именно демонстрируемую меру ответственности. ESG-инвестиции нацелены на компании, которые прилагают активные усилия для ограничения своего негативного воздействия на окружающую среду или для предоставления обществу выгод (или и для того и другого), чтобы повысить вероятность достижения ими коммерческого успеха.

Наконец, ответственное инвестирование по отношению к импакт-инвестированию является более широким понятием, которое включает в себя спектр инвестиционных практик, в том числе связанных с устойчивым, этичным и социально-ответственным инвестированием. «Ключом к пониманию того, насколько ответственное инвестирование шире, чем эти концепции, является то, что там, где многие считают моральные или этические цели основной целью, ответственное инвестирование может и должно осуществляться инвестором, единственной целью которого является достижение должной финансовой отдачи» [19]. От инвестора ожидается, что он будет обеспечивать соблюдение нормативных требований и вести себя ответственно по всему инвестиционному портфелю, даже если у него отсутствуют задачи нефинансового характера.

Заблуждения в позиционировании импакт-инвестиций.

В части анализируемых в ходе исследования материалов [5, 7] встречалось смешение импакт-инвестиции с их тематическими линзами и фреймворками.

Тематические линзы в контексте импакт-инвестирования представляют собой аналитический инструмент, который используется для более точного оценивания и

классификации инвестиционных возможностей на основе определенных тематических аспектов или секторов. Эти линзы обеспечивают фокусировку на конкретных областях, которые имеют важное значение с точки зрения социальных, экологических или других нефинансовых показателей.

Использование тематических линз в рамках импакт-инвестирования позволяет инвесторам более целенаправленно направлять свои ресурсы и капитал на проекты и компании, которые наиболее соответствуют их целям и ценностям. Такие линзы могут включать в себя разнообразные аспекты, такие как воспитание, доступ к чистой воде, возможности трудоустройства, климатическая устойчивость и другие. В целом, они имеют тенденцию группироваться вокруг конкретных проблемных областей. Например, тема финансовой доступности может согласовываться и пересекаться с темами расширения прав и возможностей женщин, экономического равенства и развития общества [14]. Путем применения тематических линз инвесторы могут более глубоко анализировать и понимать потенциал импакта в конкретных областях, а также определять, какие проекты и предприятия будут способствовать достижению конкретных социальных или экологических целей.

Инвестиционные фреймворки – это predetermined, часто ранее зафиксированные, готовые наборы тематических линз для инвестирования, позволяющие инвесторам иметь общее согласованное понимание направлений вложения средств в экономические, экологические и социальные системы, которые поддерживают как людей, так и планету. Фреймворк обычно предоставляет структурированную методологию, набор индикаторов, метрик и процессов, которые помогают инвесторам оценить позитивное воздействие и результаты, которые они хотят достичь через свои инвестиции. Самым известным и широко применяемым фреймворком для импакт-инвестиций являются цели устойчивого развития ООН (ЦУР ООН). Несмотря на то, что ЦУР не являются исчерпывающим списком тем для импакт-инвестирования и некоторые из них (например, цель 17 «Партнерство для достижения целей») достаточно сложно переложить в инвестиционный портфель, импакт-инвесторы охотно объединяются вокруг них. Это в значительной степени объясняется достаточно проработанной нормативной базой, организованной в типологию из семнадцати целей, и четко структурированностью связанных с ними задач, которые помогают потенциальным инвестиционным партнерам находить друг друга. ЦУР и глобальная система показателей, связанных с ЦУР, также используется для выявления, анализа и управления бизнес-рисками и для поиска инвестиционных возможностей и стимулирования инноваций и позволяют инвесторам использовать общий язык с другими инвесторами, правительствами и гражданским обществом [12].

Еще одним популярным примером инвестиционного фреймворка являются ESG принципы и метрики. Хотя, как уже говорилось, ESG-инвестирование не является синонимом импакт-инвестирования, тем не менее, система показателей, связанная с ESG, становится удобной, когда дело доходит до выбора системы измерения импакта, чтобы классифицировать вложения как импакт-инвестиции согласно ранее приведенным атрибутам [14].

Другим распространенным заблуждением в понимании импакт-инвестиций является сужение спектра их применения до отдельных областей, в которые направляется капитал, и, как следствие, их отождествление с зелеными [7] или социальными инвестициями [3, 4, 8]. В целом, с помощью импакт-инвестиций реализуется более широкий подход, который включает в себя не только сугубо экологические или исключительно социальные аспекты, но и комплексные качественные изменения (табл. 2). Зеленые инвестиции, с другой стороны, более узко фокусируются на эко-совместимости и уменьшении воздействия на окружающую среду; социальные – ориентированы исключительно на социальные аспекты и потребности.

Таблица 2

**Сравнение импакт-инвестиций с зелеными
и социальными инвестициями**

Виды финансовых вложений / Критерий отличия	Импакт-инвестиции	Зеленые инвестиции	Социальные инвестиции
Охват финансирования	Охватывают широкий спектр проектов, которые созданы для оказания позитивного воздействия на общество и окружающую среду. Могут преследовать совокупность социальных, экологических и экономических целей.	Фокусируются на финансировании проектов компаний, деятельность которых направлена на снижение негативного воздействия на окружающую среду.	Сосредотачиваются исключительно на решении конкретных социальных проблем. Ориентированы на облегчение или устранение определенных социальных недостатков.
Возможные стратегии компании-реципиента	Импакт-стратегия	Корпоративная социальная ответственность, стратегия устойчивого развития, ESG-стратегия	Корпоративная социальная ответственность, стратегия устойчивого развития, ESG-стратегия
Оценка воздействия	Оценка может включать анализ социальных, экологических и экономических показателей, таких как сокращение безработицы, увеличение доступа к образованию и т.д.	Оценка сосредотачивается на экологических показателях, таких как уменьшение выбросов CO ₂ , снижение потребления воды и другие аспекты, связанные с уменьшением экологического следа.	Оценка фокусируется на социальных показателях и результатах, отражающих решение конкретных социальных проблем.

Источник: Составлено автором

В работах некоторых исследователей по-прежнему встречается рассмотрение благотворительности или филантропии как форм импакт-инвестиций [6]. Анализ показывает, что это – разные понятия, которые легко разграничить по критериям причин осуществления вложений и целей, преследуемых инвесторами (табл. 3).

**Импакт-инвестирование в сравнении филантропией
и благотворительностью**

Виды финансовых вложений / Критерий отличия	Причины вложений	Цели инвестора
Импакт-инвестирование	Социальные, экологические и экономические причины	Получение финансовой прибыли и осуществление положительного социального, экологического и экономического воздействия на мир
Венчурная филантропия	Социальные причины	Основная цель – оказание положительного социального влияния на мир, совмещенное со стремлением к получению достаточного дохода для последующего финансирования продолжающихся усилий организации.
Традиционная филантропия	В основном социальные причины	Только воздействие: долгосрочный стратегический процесс вложения средств, направленный на выявление коренных причин системных проблем
Благотворительность	В основном социальные причины	Только воздействие: кратковременное денежное вливание, которое дает немедленное облегчение получателям и часто вызвано эмоциями дарителя

Источник: составлено автором

Из проведенного контент-анализа доступных источников становится ясно, что импакт-инвестиции разделяют некоторые черты социально-ответственных и других «положительных» форм инвестиций, предлагая как финансовую отдачу, так и положительное социальное и экологическое воздействие. Однако такое сходство не означает, что импакт-инвестирование – это просто ребрендированная версия других инвестиционных стратегий. Напротив, каждая из них предполагает отдельный, принципиально иной, подход к организации операционной деятельности с целью достижения социальных и экологических эффектов. Такие подходы могут варьироваться от простого стремления не навредить до документально закрепленного желания осуществить долгосрочные качественные изменения, в результате чего в рамках заявленного спектра выделяются четыре корпоративные стратегии:

- корпоративная социальная ответственность (ограничение наносимого вреда или принесение пользы в ходе осуществления операционной деятельности);
- стратегия устойчивого развития (бесконечное функционирование в сохраняющихся условиях окружающей среды с обеспечением долгосрочных финансовых результатов);
- ESG-стратегия (интеграция способов решения социальных, экологических и управленческих проблем в корпоративную деятельность с целью роста капитализации);

– импакт-стратегия (осуществление существенных положительных изменений).

Степень их реализации формирует профили организаций, характер которых, в свою очередь, обуславливают инвестиционный выбор владельцев капитала, осуществляющих, соответственно, социально-ответственное, устойчивое, ESG- и импакт-инвестирование. Таким образом, данные понятия обладают существенными отличиями и их не следует употреблять в синонимичном значении.

Для обеспечения корректного позиционирования импакт-инвестиций среди других ориентированных на достижение общественного блага вариантов размещения капитала, важное значение имеет понимание их вмененных атрибутов, применение которых не только упрощает их выделение в отдельный класс финансовых вложений, но и позволяет избежать их смешивания с применяемыми на практике тематическими линзами и фреймворками (такими как ЦУР ООН и система ESG-показателей), а также исключает их отождествление с зелеными или социальными инвестициями и формами венчурной или традиционной благотворительности.

Несмотря на пятнадцатилетнюю историю существования понятия, изучение импакт-инвестирования все еще находится в начальной стадии, что предоставляет обширное поле для исследовательских усилий. Среди перспективных сфер для дальнейших изысканий можно выделить следующие тематические направления:

- расширение и уточнение классификационных критериев: анализ дополнительных отличительных признаков импакт-инвестиций, которые могут способствовать их более точному и глубокому пониманию;
- поиск возможностей переложения классификационных признаков в практический инструментарий: разработка новых методологий, методик и инструментов для привлечения инвесторов и оценки проектов импакт-инвестирования;
- интеграция импакт-инвестирования с другими инвестиционными стратегиями: определение того, как различные подходы к организации вложений могут взаимодополнять друг друга и потенциально создавать еще более комплексные и устойчивые инвестиционные подходы;
- влияние на организации и общество: изучение и оценка влияния импакт-инвестиций на социальное, экологическое и экономическое развитие.

Список использованных источников и литературы

1. Аксакова, Н. В. Современная история импакт-инвестирования / Н. В. Аксакова // Корпоративный менеджмент и бизнес-образование. Том Выпуск 5. – Москва : ООО "МАКС Пресс", 2022. – С. 68-83. – EDN OSXOJI.
2. Багг-Левин, Э. Социально-преобразующие инвестиции: как мы меняем мир и зарабатываем деньги / Энтони Багг-Левин, Джед Эмерсон ; [Перевод с английского Чернышова А. С.]. - Москва : РОССПЭН, 2017. - 271 с.; 22 см.; ISBN 978-5-8243-2063-3
3. Голенкова, А. А. Импакт-инвестиции: бизнес ради общества / А. А. Голенкова, С. И. Шагбазян // Весенние дни науки ВШЭМ : Сборник докладов Международной конференции студентов, аспирантов, молодых ученых, Екатеринбург, 18–21 апреля 2018 года. Том 1. – Екатеринбург: ООО "Издательство УМЦ УПИ", 2018. – С. 292-295. – EDN OVCRMK.
4. Кривко, А. В. Импакт-инвестирование как новая категория финансовых отношений / А. В. Кривко, М. А. Трошина, Д. В. Саврасова // Потенциал Российской экономики и инновационные пути его реализации : Материалы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов: в 2 частях, Омск, 19 апреля 2018 года / Под ред. В.А. Ковалева и А.И. Ковалева. Том Часть 1. – Омск: Омский филиал Финансового университета при Правительстве РФ, 2018. – С. 92-95. – EDN XVPEOT.
5. Матевосян, Л. М. Особенности развития импакт-инвестирования в зарубежной и Российской практике / Л. М. Матевосян // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2022. – Т. 1, № 4(124). – С. 124-138. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2022.04.01.014. – EDN ZOQXLL.

6. Панкрухина, А. М. Импакт-инвестирование как инструмент повышения эффективности решения задач в социальной сфере / А. М. Панкрухина, О. В. Лифановская, М. Т. Петренко // Вестник евразийской науки. – 2023. – Т. 15, № S2. – EDN BVUMRU.
7. Приказчиков, М. С. Экологические инвестиции как импакт-инвестиции / М. С. Приказчиков, А. А. Ляпин, Л. А. Кормишкина // L Огарёвские чтения : материалы научной конференции : в 3 ч., Саранск, 06–11 декабря 2021 года. Том Часть 3. – Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, 2022. – С. 892-896. – EDN PNGAED.
8. Саврасова, Д. В. Развитие феномена "Impact Investing" на примере Германии / Д. В. Саврасова, А. И. Ураева // Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации : Материалы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов: в 2 частях, Омск, 25 апреля 2019 года / Под редакцией В.А. Ковалева и А.И. Ковалева. Том Часть I. – Омск: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Омский филиал, 2019. – С. 220-223. – EDN UJXUGD.
9. 5 definitions of ethical investing // Weathify. 2022. URL: <https://www.wealthify.com/blog/5-definitions-of-ethical-investing> (accessed on 21.08.2023).
10. Chapplow V. Impact and Sustainability: similar but different // M&G Investments. 2020. URL: <https://www.mandg.com/investments/professional-investor/en-ie/insights/mandg-insights/latest-insights/2020/07/impact-and-sustainability-similar-but-different> (accessed on 21.08.2023).
11. Crockford T. The rise of impact investing in Asia // The Asset. 2019. URL: <https://theasset.com/article-esg/35904/the-rise-of-impact-investing-in-asia> (accessed on 21.08.2023).
12. Gregory N., Volk A. Growing Impact: New Insights into the Practice of Impact Investing // International Finance Corporation. 2020:27.
13. Impact Investing // GIIN. 2023. URL: <https://thegiin.org/impact-investing/> (accessed on 20.08.2023).
14. Impact Investing Handbook: An Implementation Guide for Practitioners // Rockefeller Philanthropy Advisors. 2022. URL: <https://www.rockpa.org/project/new-impact-investing-handbook/> (accessed on 21.08.2023)
15. John Threadgold. ESG investing vs impact investing vs ethical investing and sustainable: what's the difference. URL: <https://johnthreadgold.com/blog> (accessed on 21.08.2023).
16. O'Donohoe N., Leijonhufvud C., Saltuk Y., Bugg-Levine A., Brandenburg M. Impact Investments: An Emerging Asset Class // Global Impact Investing Network. 2010. URL: <https://thegiin.org/research/publication/impact-investments-an-emerging-asset-class/> (accessed on 20.08.2023).
17. Ormiston J., Charlton K., Donald M. S. Overcoming the Challenges of Impact Investing: Insights from Leading Investors // Journal of Social Entrepreneurship. 2015;6(3):352–378.
18. The key differences between SRI, ESG and impact investing // PitchBook. 2021. URL: <https://pitchbook.com/blog/what-are-the-differences-between-sri-esg-and-impact-investing> (accessed on 21.08.2023).
19. What is responsible investment? // UNPRI. 2021. URL: <https://www.unpri.org/introductory-guides-to-responsible-investment/what-is-responsible-investment/4780.article#Misconceptions> (accessed on 21.08.2023).

УДК 336.1
DOI 10.58551/20728115_2023_10_134

ОЦЕНКА УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ ПУБЛИЧНЫХ ФИНАНСОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ангелина Ирина Альбертовна

Доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой туризма
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

E-mail: irinaangelina5566@gmail.com

Градинарова Арина Александровна

Кандидат экономических наук, доцент, докторант,
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

E-mail: 555arina@mail.ru

В статье проанализированы условия развития публичных финансов в РФ, показатели консолидированного бюджета и бюджетов государственных внебюджетных фондов, включая Пенсионный фонд, Фонд социального страхования и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования, а также бюджетные ассигнования федерального бюджета на реализацию национальных проектов за прошлые периоды. Исследование вопросов развития публичных финансов имеет высокую актуальность в современном научном сообществе поскольку позволяет понять, как оптимально распределить ресурсы и эффективно использовать государственные финансы для достижения социальных и экономических целей. В ходе исследования определено, что основной задачей развития публичных финансов является поддержка граждан и бизнеса в условиях санкций. Результаты исследования позволили выделить как положительные, так и отрицательные тенденции в развитии публичных финансов в Российской Федерации, в частности, это рост внутреннего валового продукта, значительный прирост индекса потребительских цен и прирост инвестиций в основной капитал.

Ключевые слова: финансы, публичные финансы, условия, бюджет, федеральный бюджет, консолидированный бюджет, государственные внебюджетные фонды, национальный проект.

ASSESSMENT OF CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF PUBLIC FINANCE IN THE RUSSIAN FEDERATION

Angelina Irina Albertovna

Doctor of Economics, Professor, Head of Tourism Department
Donetsk National University of Economics and Trade named
after Mikhail Tugan-Baranovsky

E-mail: irinaangelina5566@gmail.com

Gradinarova Arina Alexandrovna

Candidate of Economics, Associate Professor, Doctorate Student,
Donetsk National University of Economics and Trade named
after Mikhail Tugan-Baranovsky

E-mail: 555arina@mail.ru

The article analyses the conditions of public finance development in the Russian Federation, the indicators of the consolidated budget and budgets of state extra-budgetary funds, including the Pension Fund, the Social Insurance Fund and the Federal Fund for Compulsory Medical Insurance, as well as budget allocations of the federal budget for the implementation of national projects in the past periods. The study of issues of public finance development is highly relevant in modern society and scientific community because it allows us to understand how to optimally allocate resources and effectively use public finances to achieve social and economic goals. In the course of the study it was determined that the main task of public finance development was to support citizens and business in the conditions of sanctions. The results of the study allowed us to identify both positive and negative trends in the development of public finance in the Russian Federation, in particular, it is the growth of gross domestic product, a significant increase in the consumer price index and growth of investment in fixed capital.

Keywords: *finance, public finance, conditions, budget, federal budget, consolidated budget, state extra-budgetary funds, national project.*

В 2022 г. Россия столкнулась с необычайно большим количеством санкций, их число увеличивается. Так, на начало текущего года уже было применено 14081 санкций, многие из них включают серьезные ограничения, такие как блокировка валютных резервов Банка России, исключение из системы SWIFT, замораживание активов и счетов в Национальном расчетном депозитарии, запрет на импорт широкого спектра товаров, ограничения на нефть, уголь и золото и прочие. В результате российская экономика оказалась в состоянии экономического спада или рецессии, сегодня, как никогда, важно рационально распределять публичные финансы на социально-экономическое развитие страны и обеспечить эффективность осуществления бюджетных затрат [1, с. 95-104].

Актуальность исследования вопросов развития публичных финансов также заключается в том, что они играют критическую роль в управлении экономикой и обеспечении необходимых услуг для граждан. Деятельность государства направлена на финансирование таких областей, как здравоохранение, образование, инфраструктура, оборона и социальная защита, поэтому проведение подобных исследований позволяет анализировать воздействие современных вызовов на публичные финансы и разрабатывать мероприятия, направленные на их адаптацию.

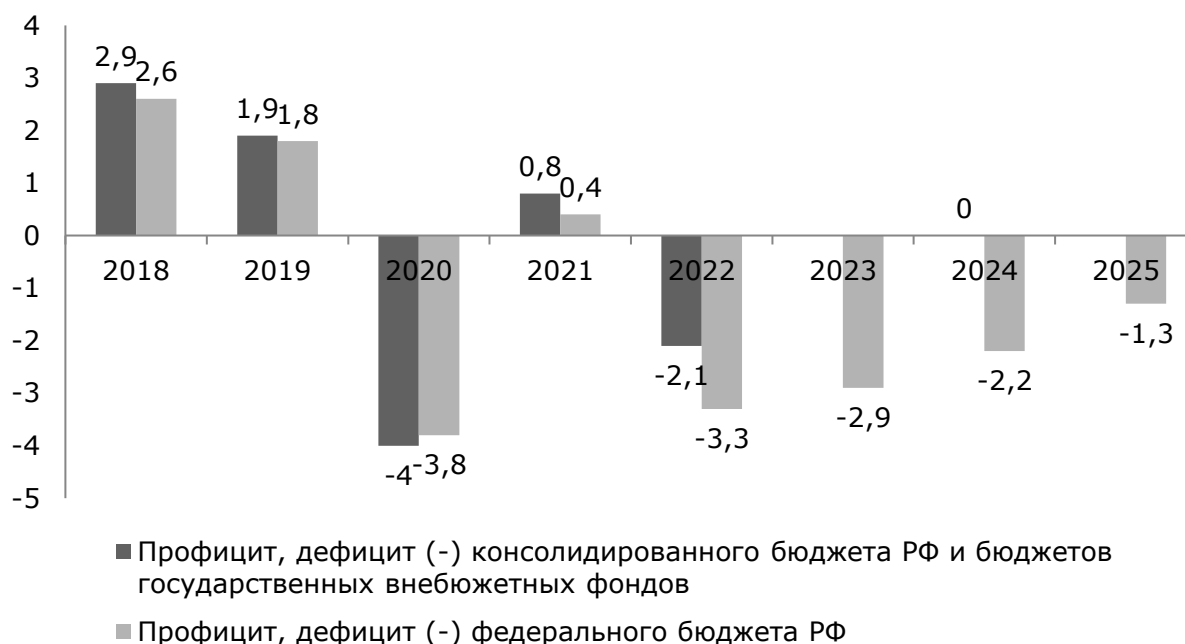
Вопросами публичных финансов занимались как отечественные, так и зарубежные ученые, среди них следует выделить A.S. Blinder, D. Brümmerhoff, T. Büttner, G.F. Break, R.A. Musgrave, D. Netzer, A.T. Peacock, R.M. Solow, P.O. Steiner, А.Г. Гуринович, М.М. Завьялова, Е.С. Иванову, Ю.А. Карпенко, М.А. Лапину, Е.В. Рябову, Г. Р. Хабибуллину и других [2, с. 60-78; 3, с. 85-89; 4, с. 7-11; 5, с. 86-89].

На фоне введения ограничительных мер, экономическая адаптация России произошла более быстро, чем ожидалось в масштабах внешнего шока и прогнозов первой половины года. Рост ВВП в 2022 г. снизился на умеренные 2,1%. Российские производители успешно перестроили свои бизнес-модели и логистические маршруты, освоили новые рынки сбыта и заместили импортные товары, которые были вытеснены ушедшими иностранными компаниями. В секторах, наиболее уязвимых кризису, значительная часть потерь добавленной стоимости была поглощена различными программами государственной поддержки. Реструктуризация налоговых взносов, а также расширение доступа к программам финансирования с льготными условиями помогли избежать массовых проблем с платежной дисциплиной [6, с. 153-168; 7, с. 153-168].

Исследование консолидированного бюджета Российской Федерации и бюджетов государственных внебюджетных фондов в 2022 г. отражает фактический спад ВВП на 2,1%, при этом согласно прогнозов в текущем году ожидается небольшой рост на 0,7% (рис. 1). Запад начал санкционную борьбу, преувеличивая свое влияние на всемирной

арене. Российская экономика не была разрушена, а была переориентирована, с акцентом на восток и юг, вместо того чтобы ориентироваться на запад.

Концепция федерального бюджета на текущий год и плановый период 2024-2025 гг. предусматривает дефицит в размере 2925,3 млрд руб. (2% ВВП), 2192,6 млрд руб. (1,4% ВВП), 1264,3 млрд руб. (0,7% ВВП) соответственно.



Источник: данные Проекта федерального бюджета на 2023 год и плановый период 2024 и 2025 годов; данные консолидированного бюджета РФ и бюджетов государственных внебюджетных фондов за 2023-2025 гг. отсутствуют

Рисунок 1 – Профицит, дефицит (-) консолидированного бюджета РФ и бюджетов государственных внебюджетных фондов федерального бюджета РФ

В целом, исполнение федерального бюджета по расходам за 2022 г. составило 97,5% (затраты выросли на 6,4 трлн руб. по сравнению с предыдущим годом). Интересно отметить, что наибольшая часть публичных финансов выделяется на социальную поддержку граждан. В состав расходов входят расходы на социальную политику, включая пенсионное обеспечение и другие выплаты населению, что обусловлено введением новых мер поддержки со стороны правительства и увеличением числа граждан, претендующих на эти выплаты.

Основной задачей в 2022 г. была поддержка граждан и бизнеса в условиях санкций [8].

Так, основными мерами поддержки граждан в прошлом году стали:

внеочередная индексация на 10% с июня 2022 г. МРОТ, прожиточного минимума, пенсий неработающим гражданам (488,7 млрд руб.);

поддержка рынка труда (16,1 млрд руб.);

финансирование новой выплаты на детей от 8 до 17 лет включительно (410,5 млрд руб.);

численность получателей детских выплат нуждающимся семьям в 2022 г. – 11,5 млн детей (выросла в 23 раза к 2016 г.). Расходы федерального «детского бюджета» в прошлом году выросли на 39,5% до 2,4 трлн. руб., что позволило сократить уровень бедности до 9,8 % по итогам 2022 г. – минимального уровня за последние 30 лет.

Среди мер поддержки экономики и бизнеса в 2022 г. можно указать:

отсрочку по уплате страховых взносов и выделение дополнительных средств на программы субсидирования кредитов по всем ключевым отраслям экономики (772,2 млрд руб.);

программу льготного кредитования субъектов МСП, в том числе комбинированная программа поддержки, благодаря которой сохранился уровень производственной активности в ключевых отраслях.

Также Правительством Российской Федерации было уделено внимание обеспечению бюджетной устойчивости регионов:

предоставлены бюджетные кредиты в размере 386,4 млрд руб. с целью замещения долговых обязательств по рыночным займам;

принято решение освободить от обязательств по погашению реструктурированной задолженности в размере 42,8 млрд руб. по бюджетным кредитам;

бюджетные кредиты в размере 250 млрд руб. были выделены на реализацию инфраструктурных проектов.

Собственные доходы регионов в 2022 г. выросли на 13%, капитальные вложения – почти на 48%, их доля в бюджетных расходах увеличилась вдвое – до 10%. Ликвидные остатки составляют около 4 трлн руб., ситуация стабильная, есть запас прочности.

Прогнозируется, что экономика Российской Федерации завершит текущий год с ростом в размере около 2%, однако, точное направление и конкретные показатели роста пока сложно установить. Есть предположение, что в течение двух лет она восстановится до предыдущих уровней и достижений [9, с. 13-39]. Учитывая сложившуюся ситуацию, связанную со Специальной Военной Операцией и наложением большого количества санкций, предполагаемый рост ВВП в размере 2% является значительным достижением. Когда факторы давления, такие как сверхобъемы производства, будут устранены, возможно, появление потенциала для устойчивого годового роста экономики в размере 3-6%, однако на данный момент это является лишь планами и предположениями, но потенциал для этого точно существует [10, с. 494-499].

Согласно результатам анализа, зафиксированным в 2022 г., доходы консолидированных бюджетов государственных внебюджетных фондов, включающих Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования, составили 16426,8 млрд руб. В сравнении с показателями предыдущего года, общая сумма доходов внебюджетных фондов выросла на 18,6% или на 2572,7 млрд. руб. Учет темпов инфляции показал, что доходы внебюджетных фондов увеличились на 4,2%, однако динамика страховых взносов значительно отстала от темпов инфляции.

Низкие показатели поступления страховых взносов, частично объясняются низкими темпами роста заработной платы в сегменте с доходами ниже среднего уровня, а также предоставлением целого спектра льгот и отсрочек по уплате страховых взносов некоторым категориям плательщиков. В 2022 г. доля страховых взносов в структуре доходов бюджетов государственных внебюджетных фондов сократилась с 65,1% в 2021 г. до 57,2%, что является наименьшим значением этого показателя за последние пять лет.

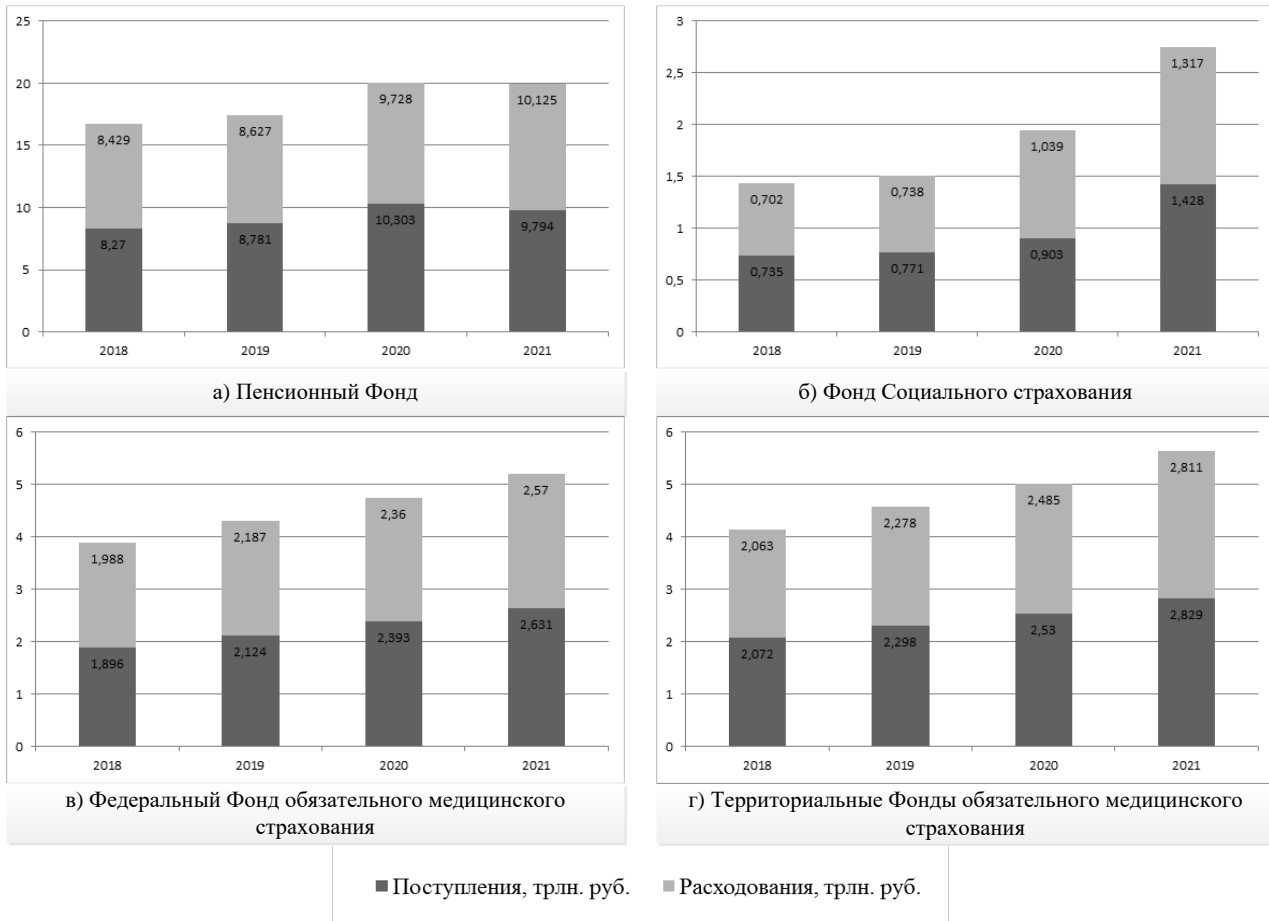


Рисунок 3 – Публичные доходы и расходы государственных внебюджетных фондов РФ за период 2018-2021 гг.

В прошлом году публичные доходы Федерального фонда обязательного медицинского страхования составили 2919,4 млрд руб., что превышает данные за позапрошлый год на 10,9%. В 2022 г. публичные финансы Фонда социального страхования отразили дефицит в размере 119,9 млрд руб. (10,4% от всех фактически осуществленных расходов). Таким образом, в 2022 г. среди всех проанализированных бюджетов государственных внебюджетных фондов РФ только бюджет Фонда обязательного социального страхования получил отрицательный баланс.

Результатом исполнения бюджетов фондов является профицит в размере 1106,0 млрд руб., что составляет 7,2% расходов. Формирование столь существенного профицита системы внебюджетных фондов обеспечивает бюджет Пенсионного фонда России. Доходы Пенсионного фонда по итогам 2022 г. превысили прошлогодние показатели на 27,4%, такое увеличение размера публичных доходов обеспечен, в первую очередь, трансфертами из федерального бюджета. Поступления страховых взносов, как отмечалось выше, лишь номинально превышало прошлогодние значения – на 3,7%. Таким образом, с учетом инфляции страховые взносы составили лишь 91,1% от уровня 2021 г. Расходы Пенсионного фонда в 2022 г. составили 11374,3 млрд руб. и превысили уровень 2021 г. на 12,3% Тем самым был обеспечен только номинальный рост расходов, в реальном исчислении расходы составили 98,7% прошлогодних. Сальдо исполнения бюджета Пенсионного фонда России по итогам года было положительно и составило 1103,5 млрд руб. (табл. 1).

Бюджетные ассигнования федерального бюджета на реализацию национальных проектов в 2022 году, млн. руб.

Наименование национального (федерального) проекта	Федеральный закон	Уточненная роспись	Исполнение	% исполнения	Объем выданного казначейского обеспечения обязательств
Демография	753 598,1	746 915,3	744 184,9	99,6	81 312,7
Здравоохранение	348 797,3	374 768,5	360 785,4	96,3	-
Образование	165 461,2	213 178,9	207 984,3	97,6	31 461,9
Жилье и городская среда	175 761,4	258 613,7	258 365,8	99,9	-
Экология	117 142,7	135 999,3	135 601,8	99,7	4 662,7
Безопасные качественные дороги	300 777,4	490 672,3	490 394,9	99,9	-
Производительность труда	5 488,7	5 489,2	5 483,5	99,9	2 364,4
Наука и университеты	122 065,8	120 172,1	120 034,9	99,9	8 053,8
Цифровая экономика Российской Федерации	195 049,5	177 842,7	164 720,2	92,6	48 645,7
Культура	43 390,7	48 361,1	48 309,5	99,9	3 651,6
Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы	65 007,8	80 595,0	76 292,9	94,7	5 547,5
Международная кооперация и экспорт	152 467,8	128 118,1	127 589,4	99,6	5 471,8
Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры (транспортная часть)	296 204,7	466 592,0	465 290,9	99,7	9 291,2
Туризм и индустрия гостеприимства	52 840,9	64 376,7	63 699,6	98,9	2 701,3
Итого	2 794 054,0	3 311 694,8	3 268 737,9	98,7	203 164,6

Следует упомянуть, что Законом о бюджете в 2022 г. предусмотрено финансовое обеспечение реализации 13 национальных проектов (программ) и Комплексного плана модернизации и расширения магистральной инфраструктуры в объеме 2 794 054,0 млн руб.

В соответствии с показателями уточненной росписи общий объем бюджетных ассигнований федерального бюджета на реализацию национальных проектов увеличен и составил 3 311 694,8 млн руб., исполнение составило 268 737,9 млн руб.

Проведенный общий анализ предоставленных показателей позволяет сделать общую оценку экономического состояния России и выделить как положительные, так и отрицательные тенденции в ее развитии, что объясняется продолжающимся санкционным давлением со стороны недружественных стран. Однако, для полного и точного анализа требуется учет дополнительных факторов и исследование структуры публичных доходов и расходов в части консолидированного бюджета Российской Федерации и бюджетов государственных внебюджетных фондов.

Таким образом, в результате проведенного экономического анализа на основе предоставленных данных выделяются следующие тенденции: рост внутреннего валового продукта, что свидетельствует о положительной динамике экономического развития; значительный прирост индекса потребительских цен может указывать на увеличение уровня инфляции и повышение стоимости потребительских товаров и услуг; в свою очередь, прирост инвестиций в основной капитал - на снижение интереса к инвестиционной деятельности или изменение экономической ситуации.

Список использованных источников и литературы

1. Разумнова, Л. Л. Контуры структурной трансформации российской экономики в условиях действия санкционных ограничений / Л. Л. Разумнова, Н. П. Савина // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 9(146). – С. 95-104. – DOI 10.34925/EIP.2022.146.9.015.
2. Лапина, М. А. Коммерциализация управления публичными финансами: современные реалии и организационно-правовая модернизация / М. А. Лапина, М. М. Завьялов, А. Г. Гуринович // Финансы: теория и практика. – 2022. – Т. 26, № 5. – С. 60-78. – DOI 10.26794/2587-5671-2022-26-5-60-78. – EDN XQRNRT.
3. Иванова, Е. С. Публичные финансы и их роль в обеспечении социальной сферы: теоретический аспект / Е. С. Иванова, Ю. А. Карпенко // Финансовая жизнь. – 2022. – № 4. – С. 85-89. – EDN FJGKGD.
4. Рябова, Е. В. Функции публичных финансов и процессы цифровизации в сфере публичного управления / Е. В. Рябова // Финансовое право. – 2022. – № 8. – С. 7-11. – DOI 10.18572/1813-1220-2022-8-7-11. – EDN DQTKJV.
5. Хабибуллина, Г. Р. принцип гласности финансовой деятельности государства и предоставления доступа к информации о публичных финансах / Г. Р. Хабибуллина // Образование и право. – 2022. – № 7. – С. 86-89. – DOI 10.24412/2076-1503-2022-7-86-89. – EDN QSLSCA.
6. Вологова, Ю. В. Инновационное развитие российской экономики: состояние и анализ мер государственной поддержки / Ю. В. Вологова // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2022. – № 2. – С. 153-168. – DOI 10.52180/2073-6487_2022_2_153_168. – EDN IFQNIИ.
7. Кошелев, А. С. Анализ состояния энергоёмкости российской экономики в условиях мирового кризиса / А. С. Кошелев // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2022. – Т. 238, № 6. – С. 346-360. – DOI 10.38197/2072-2060-2022-238-6-346-360. – EDN PEOXFE.
8. Федеральный закон от 24.07.2023 N 329-ФЗ "Об исполнении федерального бюджета за 2022 год" URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202307240093> (дата обращения: 07.09.2023).

9. Russia and the world: 2022 IMEMO forecast / A. A. Dynkin, V. G. Baranovsky, I. Y. Kobrinskaya [et al.] // Анализ и прогноз. Журнал ИМЭМО РАН. – 2022. – No. 1. – P. 13-39. – DOI 10.20542/afij-2022-1-13-39. – EDN LFTQRY.
10. Е, С. Обзор тенденция развития китайско-российской торговли / С. Е // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022. – № 7. – С. 494-499. – DOI 10.34755/IROK.2022.55.83.088. – EDN VEQNFT.

УДК 33
DOI 10.58551/20728115_2023_10_142

РЫНОК ДРАГМЕТАЛЛОВ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ УСЛУГ ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

Анесянц Саркис Артаваздович

*Доктор экономических наук, профессор,
почетный работник высшего профессионального образования РФ,
основатель научной школы (специфика функционирования фондового рынка)
Российской академии Естествознания, профессор кафедры
Экономики и менеджмента, ФГБОУ ВО Ростовский государственный
университет путей сообщения (РГУПС)*

E-mail: anesyants@gmail.com

Титов Николай Александрович

*Очный аспирант ФГБОУ ВО Ростовский государственный университет
путей сообщения (РГУПС)*

E-mail: titov5588@yandex.ru

Среди широкого спектра инвестиционных инструментов, которыми пользуются физические лица на рынке финансовых услуг, имеет место, с точки зрения авторов, очень привлекательный, но мало используемый инструмент, а именно драгметаллы. Среди драгметаллов (золото, серебро, палладий и платина) наиболее интересными являются инструменты из золота (золотые слитки, монеты, в первую очередь инвестиционные, обезличенные металлические счета и т.д.) В статье сделана попытка рассмотреть положительные и отрицательные стороны разных типов и видов инвестиционных инструментов из драгметаллов. Показано, что современная трактовка привлекательности инвестиционных инструментов, с точки зрения авторов, во многом не объективна, и выражает зачастую корпоративные интересы тех или иных финансовых институтов (инвестиционных компаний, банков, крупных корпораций и т.д.).

Ключевые слова: инвестиционные инструменты, финансовый рынок, драгметаллы, доходность, надежность, ликвидность, инвестиционные услуги

THE PRECIOUS METALS MARKET AS A PROSPECTIVE DIRECTION OF INVESTMENT SERVICES FOR INDIVIDUALS IN THE FINANCIAL MARKET..

Anesyants Sarkis Artavazdovich

*Doctor of Economics, Professor, Honorary Worker of Higher Professional Education
of the Russian Federation, founder of the scientific school (specifics
of the functioning of the stock market) of the Russian Academy
of Natural Sciences, Professor of the Department of Economics
and Management, Rostov State State Transport University*

E-mail: anesyants@gmail.com

Titov Nikolai Alexandrovich

Full-time postgraduate student of the Rostov State State Transport University

E-mail: titov5588@yandex.ru

Among the wide range of investment instruments used by individuals in the financial services market, from the authors' point of view, there is a very attractive, but little used instrument, namely precious metals. Among the precious metals (gold, silver, palladium and platinum), the most interesting are instruments made of gold (gold bars, coins, primarily investment ones, impersonal metal accounts, etc.) The article makes an attempt to consider the positive and negative aspects of different types and types investment instruments made of precious metals. It is shown that the modern interpretation of the attractiveness of investment instruments, from the authors' point of view, is largely not objective, and often expresses the corporate interests of certain financial institutions (investment companies, banks, large corporations, etc.).

Keywords: *investment instruments, financial market, precious metals, profitability, reliability, liquidity, investment services.*

Данные исследования тесно связаны с материалами, изложенными в ранее опубликованных авторами статьях [1,2,3,4,5], где была сделана попытка провести сравнительный анализ главных сегментов инвестиционного (финансового) рынка современной российской экономики как инструмента инвестирования с позиций ликвидности, надежности и доходности.

В частности, было показано, что из всех сегментов инвестиционных инструментов в современной литературе и практике уделяется основное внимание рынкам ценных бумаг, валютному рынку и, особенно, рынку банковских инструментов. При этом очень незначительное внимание уделяется рынку драгметаллов. По официальным данным из всего спектра инвестиций в финансовые инструменты в России на рынке драгметаллов приходится менее одного процента инвестиций [6]. Большинство физических лиц либо не имеют достаточно достоверной информации о данном виде инвестирования. По мнению авторов, средства массовой информации, различные аналитические программы и т.д. фактически игнорируют этот рынок, концентрируя внимание на других рынках, особенно валютном, что в частности выражается в отсутствии информационной открытости данных о котировках драгметаллов в публичном пространстве. Наиболее распространенные инвестиционные институты заинтересованы в привлечении инвестиций в валютные операции и т.д., так как им это приносит существенную прибыль и при этом не является нерисковыми. Это является причиной того, что согласно финансовой статистке на сегодняшний день банки – это наиболее доходные и стабильные коммерческие организации в России. В то же время развитие института инвестирования в драгметаллы банкам не столь выгодно, поэтому информация о них не является публичной.

Вообще анализ рынка драгметаллов, в особенности золота, требует большого объема исследуемого материала и, естественно, в одной статье изложен быть не может, но авторы пытаются затронуть ряд важных моментов, связанных с этим рынком.

С точки зрения авторов, этот рынок:

- стратегически является долгосрочной высокоприбыльным;
- низкорисковый при наличии доступа к информации;
- ликвидность рынка очень высока;
- доходность, при условии долгосрочных вложений, одна из самых высоких, если не самая высокая.

Для физических лиц, с точки зрения авторов, из всего спектра драгметаллов (золото, серебро, палладий и платина) наиболее привлекательны инвестиционные инструменты из золота. Как известно, широкие возможности у населения доступа к рынку инвестиционных инструментов из золота появились, начиная с 2004 года, когда государство провело несколько больших эмиссий и выпустило в обращение ряд привлекательных инвестиционных инструментов из золота, в частности, золотой монеты «Знак Зодиака» и особенно «Георгий Победоносец». Имеют место и другие инвестиционные инструменты из золота и других драгметаллов (слитки из золота, и

серебра, обезличенные металлические счета и т.д.), но, с точки зрения авторов, наиболее привлекательными сегодня являются инвестиционные золотые монеты.

Обоснуем данное положение. Например, золотые слитки еще недавно облагались налогом на добавленную стоимость, а инвестиционные монеты не попадали под налогообложение. Кроме того, монеты более ликвидны, чем слитки. Или средства, вложенные в обезличенные металлические счета, в случае банкротства банка теряются.

Например, в 2022 и 2023 гг. были внесены изменения в статью 217 НК РФ, чтобы повысить привлекательность инвестиций в золотые слитки, граждане освобождаются от уплаты НДФЛ, эта обязанность отменена на два года. Причем отмечено, что это нововведение имеет обратную силу [6].

А вот с инвестиционными монетами ситуация была благоприятная, т.к. в соответствии с п.17.1 ст. 217 НК РФ если монеты приобретены более трех лет назад, происходит освобождение от НДФЛ, а также от необходимости из декларирования [6].

Кроме того, в соответствии со статьей 220 НК РФ, налогоплательщик имеет право получить налоговый вычет в размере до 250 000 рублей в год «в размере доходов, полученных налогоплательщиком ... от продажи иного имущества (за исключением ценных бумаг)» [6].

Другая популярная инвестиционная монета «Золотой червонец сеятель», который начал чеканиться в период НЭПа в 1923 году и выпускался ещё несколько раз в более поздний период СССР, вообще считается «законным средством наличного платежа», выпущенным Госбанком СССР и Банком России до 1 января 1998 года, и согласно подпункту 11 пункта 2 статьи 149 НК РФ не подлежит налогообложению вообще. [6].

То есть наиболее привлекательные для инвестирования инвестиционные золотые монеты имеют большие налоговые льготы для физических лиц по сравнению с другими инвестиционными инструментами из драгметаллов. И это лишь небольшая часть налоговых преференций, которые имеют физлица при операциях с инвестиционными золотыми монетами.

Следующий важный момент – надежность вложений. Конечно, цена золота и, соответственно, инструментов из золота колеблется, но при этом имеет место стабильная, долгосрочная тенденция роста цены золота на мировом и российском рынке. Надо подчеркнуть долгосрочные вложения, не менее 3-5 лет, а лучше дольше.

В любую историческую эпоху начиная с Античности (Древний Египет, Римская империя и т.д.) до нашего времени не было более надежного инвестиционного инструмента, чем золото. Да, цена золота периодически колеблется, но в долгосрочной перспективе мы имеем стабильный рост цены.

Необходимо отметить, что все инвестиционные финансовые инструменты, за исключением драгметаллов, носят виртуальный характер и поэтому могут быть потеряны в кризисных условиях. Однако золото не носит виртуальный характер, а за ним (золотом) всегда стоит реальная стоимость, т.к. его необходимо найти, добыть, обработать.

Даже в периоды полного запрета золота, конфискаций и т.д. в СССР вынуждены были открывать Торгсины (всесоюзные объединения по торговле), где за золото можно было обменять дефицитные в то время пищевые продукты и другие потребительские товары.

В периоды, когда за наличные деньги купить фактически было ничего невозможно, например, голод 1932-1933 гг. (период коллективизации). Люди, обладающие золотом (монетами, слитками, золотым ломом, украшениями), продав их в Торгсинах, могли выжить, получив взамен продовольствие. Так в 1933 году продукты питания составляли 80% всех проданных в Торгсинах товаров. Только в 1933 году Торгсин получил от населения 45 тонн чистого золота.

Т.е. даже в самые мрачные периоды истории (кризисы, войны революции, эпидемии) те группы населения, которые обладали реальными ценностями (драгметаллами), имели значительно больше шансов выжить по сравнению с теми, кто

обладал виртуальными ценностями (акциями, облигациями, валютой, банковскими вкладами).

Золото, которое сегодня археологи находят в Египте в «Долине царей», где хоронили фараонов, которому (золоту) несколько тысяч лет, ценности не только не потеряло, а с каждым годом цена такого золота растет и будет продолжать расти.

Кстати, золото, если оно высшей пробы, единственный продукт на Земле, который не пропадает (не ржавеет, не разлагается и может тысячи лет лежать в земле и воде). Так что вся мировая история и практика показала – нет более надежного инвестиционного инструмента для физических лиц, чем золото. Естественно речь идет о высокой пробе 900 или выше.

Среди инвестиционных золотых монет, к которым имеет доступ население России, авторы считают наиболее привлекательными из дореволюционных монет – «Царский Золотой Червонец», из послереволюционных «Червонец Сеятель», а из современных «Георгий Победоносец».

Если коснуться их вкратце, для сравнения рассчитав доходность от операций с ними и сравнив с доходностью от операций с другими инвестиционными инструментами для физических лиц, то мы увидим стабильную динамику.

Суть этой динамики заключается в том, что при долгосрочных инвестициях доходность от операций с вышеуказанными монетами значительно превосходит доходность других инвестиционных инструментов.

Как примеры:

«Царский золотой червонец» номиналом 10 руб. был выпущен в оборот в период конца девятнадцатого - начала двадцатого века в России. Когда в конце 19 века Россия добывала 39% мирового золота (под руководством графа Витте – премьер - министра России) была проведена грандиозная финансовая реформа, которая продлилась с 1895 по 1897 годы, и в результате этой реформы было отчеканено несколько миллионов Золотых червонцев, номиналом 10 руб., 900 проба (то есть золотое содержание 90%), вес около 8 грамм.

Ликвидность, как и надежность этой монеты была очень высока, отчеканено их было около 40 миллионов, и пользовались они спросом не только в России, но и во всем мире.

Если очень коротко коснуться доходности этой монеты в долгосрочной перспективе, то мы имеем следующий результат за последние 25 лет. Конечно, в течение этого срока были различные ценовые показатели, но мы проанализируем доходность за весь этот период.

Расчет в долларовом выражении с 1998 г. по 2023 (25 лет), т.к. за этот период была деноминация рубля. Чтобы не запутаться, проведём расчеты в долларах США, а потом скорректируем доходность в рублях.

В 1998 году монета стоила на рынке около 70 долл. за одну монету. Сегодня она стоит 46 500 руб. [6] (Середина июля 2023 года). Курс доллара на эту дату около 90 руб. за один доллар. Отсюда в долларовом выражении одна монета стоит:

$$\frac{46\,500 \text{ (цена продажи 2023 г.)}}{90 \text{ (среднероссийский курс долл. 2023)}} = 517 \text{ долл.}$$

То есть сегодня она стоит в долларовом выражении 517 долл. за монету против 70 долл. в 1998 г.

Сделаем расчет доходности золотой монеты за этот период в долларовом выражении:

$$\frac{517 - 70}{70} \times \frac{365}{25 \times 365} \times 100\% = 25,5\%$$

То есть в течение 25 лет средняя доходность составила 25,5 % в долларовом выражении. Соответственно рублевая доходность будет значительно выше, так как за этот период курс доллара также рос. Если рассматривать среднюю доходность за этот период по ценным бумагам первого эшелона, то есть самых надежных, то их рост

составил от 12-13 годовых (усредненная цифра). Средний банковский депозит составил 6-8% годовых. Доходность доллара США за этот период составила:

$$\frac{90 \text{ руб. (цена середины 2023)} - 24 \text{ (цена 1999)}}{24} \times \frac{365}{365 \times 25} \times 100\% = 11\%$$

То есть доходность доллара за этот период составила 11% годовых.

Теперь, для примера, рассмотрим доходность наиболее привлекательной инвестиционной монеты послереволюционной эпохи, впервые выпущенной в период НЭПа (новая экономическая политика) за этот же период. Ситуация с доходностью фактически будет идентична доходности от царского червонца. Что не удивительно, так как большевики в 1923 году, по настоянию Ленина, после серии глобальных экономических провалов и наступления гиперинфляции (тысячи процентов годовых), скопировали почти полностью царский червонец (вес, золотое содержание, размер, номинал – 10руб.). Всё за исключением рисунков на монете, в царском червонце это был профиль императора Николая II, а на НЕПовском – крестьянина, сеявшего зерно.

Этот «Червонец Сеятель» стоил, как и Царский золотой червонец в 1998 году 70 долл. США, а сегодня его цена почти такая же, как и у Царского червонца, а именно 45 500 руб. То есть при тех же расчетах доходность около 25% годовых в валюте [6] или $25\% + 11\% = 35\%$ в рублях.

Если взять наиболее привлекательную современную золотую монету «Георгий Победоносец». Кстати, она уникальна еще и тем, что имеет 999 золотую пробу. Это самое чистое золото в Мире. Она была выпущена в 2006 году (первая партия потом были и другие выпуски), ее цена на рынке составляла - 4 400 руб. Сегодня середина 2023 года, ее рыночная цена 43 500 руб. Это цена продажи, то есть по этой цене мы можем ее продать. [6]

Как следствие – доходность от операций с этой монетой за период 17 лет, то есть с 2006 по 2023 (середина года) составляет:

$$\frac{43500 - 4600}{4600} \times \frac{365}{35 \times 17} \times 100\% = 49,5\%$$

То есть в течение 17 лет средняя доходность в годовых (монеты) составляла почти 50%, то есть каждые два года цена удваивалась. Конечно, в различные годы были разные тенденции, но в долгосрочной перспективе мы имеем рублевую доходность такую, какую и близко не имел ни один другой инвестиционный финансовый инструмент.

Таким образом, долгосрочное инвестирование имеет свою специфику. Это также очень большой и серьезный вопрос, требующий специального рассмотрения.

Список использованных источников и литературы

1. Анесянц С.А. Специфика инвестирования в различные сегменты финансового рынка Российской экономики // Новые технологии - 2019 - №1 – С. 242-252 – DOI 10.24411/2072-0920-2019-10124.

2. Анесянц С.А., Бакаленко Д.М. Изменение ликвидности, надежности, и доходности различных финансовых инструментов (ценных бумаг, драгметаллов, и валютных инструментов) в условиях санкционного давления – Первый экономический журнал – 2023- №2 (332) – С. 105-110.

3. Данные Московской биржи [Электронный ресурс]: <https://www.moex.com/ru/listing/securities-list.aspx>

4. Дмитриева И.Е, Романенко Е.В. Рынок депозитных продуктов в России: динамика и сдерживающие развитие факторы // Российский экономический интернет-журнал - 2022 - №2 - С. 1-12.

5. Информационно аналитический портал «Компания Держава» [Электронный ресурс]: <http://artc-derzhava.ru>

6. Калашников И. А., Калашникова А. А., Тимченко О. В. Модернизация методики оценки эффективности инвестиций транспортной компании // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – № 2(93). – С. 45-48. – EDN YLWAAQ.

7. Официальные данные Банка России [Электронный ресурс]: https://cbr.ru/banking_sector/statistics.

8. Тимченко О. В, Мартынова Т. А. Контроллинг как система управления затратами на предприятиях транспортной отрасли / О. В. Тимченко, Т. А. Мартынова // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2016. – № 2(69). – С. 66-69. – EDN VKIUUV.

9. Финансовый портал: котировки акций, курсы валют, форум трейдеров, аналитика и новости [Электронный ресурс]: <https://mfd.ru/>

10. Шагинян С. Г. Транспортно-пространственная инфраструктура в обеспечении развития национальной экономики // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2020. – № 1(116). – С. 21-23. – EDN CLOUJC.

11. Шагинян С. Г., Радченко Е. В. Актуальность и инструментарий регулирования транспортного рынка в условиях covid-кризиса макроэкономики // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2022. – № 3(142). – С. 46-50. – EDN AFNHJY.

УДК 336.7

DOI 10.58551/20728115_2023_10_148

ИНФЛЯЦИЯ И ВАЛЮТНЫЙ КУРС В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Гасанов Оскар Сейфуллович*Кандидат экономических наук, доцент, Донской государственной технической университет, Ростов-на-Дону***E-mail:** osgas@mail.ru**Золотов Николай Андреевич***аспирант, Донской государственной технической университет***E-mail:** Kolya.zolotov.99@mail.ru

В статье проводится обзор и анализ эффективности процентной и курсовой политики Банка России в условиях санкционных ограничений. Выбрав в качестве единственного инструмента денежно-кредитной политики ключевую ставку, регулятор не в полной мере справляется с вызовами инфляции и девальвации рубля. Ужесточение монетарной политики в форме роста ключевой ставки не решает проблемы девальвации рубля и негативно сказывается на экономическом росте. Ожидаемой стабилизации валютного курса к внешним шокам от реализации политики инфляционного таргетирования и свободно плавающего курса, не произошло. Цепочка геополитических факторов требуют поиска новых целевых ориентиров денежно-кредитной политики, в качестве которых рекомендуются экономический рост и стабильность валютного курса. Для поддержания стабильности курса рубля рекомендуется возврат к валютному коридору, как инструменту, показавшему эффективность в недалеком прошлом.

Ключевые слова: инфляционное таргетирование, индекс потребительских цен, валютный курс, паритет покупательской способности, монетарная политика, экономический рост, Банк России.

INFLATION AND EXCHANGE RATE IN THE NEW ECONOMIC CONDITIONS

Gasanov Oscar Seifullovich*Associate Professor, Don State Technical University***E-mail:** osgas@mail.ru**Zolotov Nikolay Andreevich***Graduate student, Don State Technical University***E-mail:** Kolya.zolotov.99@mail.ru

The article provides a review and analysis of the effectiveness of the interest and exchange rate policy of the Bank of Russia under the conditions of sanctions restrictions. Having chosen the Key rate as the only monetary policy instrument, the regulator does not fully cope with the challenges of inflation and the devaluation of the ruble. Tightening monetary policy in the form of an increase in the Key rate does not solve the problem of the devaluation of the ruble and has a negative impact on economic growth. The anticipated stabilization of the exchange rate to outside stuns from the execution of the arrangement of expansion focusing on and free-floating exchange rate did not happen. The chain of geopolitical components requires the look for unused financial arrangement targets, which

are recommended as financial development and trade rate steadiness. To maintain the stability of the ruble exchange rate, it is recommended to return to the currency corridor as a tool that has shown effectiveness in the recent past.

Keywords: *inflation targeting, consumer price index, exchange rate, purchasing power parity (PPP), monetary policy, economic growth, Bank of Russia.*

Первые десятилетия XXI века в сфере монетарной политики отличались тем, что сложившиеся глобальные связи и активное проникновение глобальных финансов на региональные и местные рынки усилили влияние современных методов денежно-кредитного регулирования экономики. Этот этап характеризовался переходом денежно-кредитных регуляторов к таргетированию инфляции и отказом от прямого участия в формировании валютного курса [6]. Следуя тенденциям, переход к таргетированию инфляции был реализован Банком России в конце 2014 года и имеет неоднозначные результаты [2].

Основным инструментом денежно-кредитной политики в условиях таргетирования инфляции выступает ключевая ставка, что требует наличия трансмиссионного механизма с надежно функционирующим процентным каналом. Однако формирование такого канала в условиях высоких инфляционных ожиданий вызывает сомнения [7]. Экономика и финансовая система России с марта 2022 года находятся в новых реалиях. Разрыв сложившихся за три десятилетия связей российского финансового рынка с наиболее развитой частью мирового финансового рынка и режим жестких санкций, которым подвергается отечественный финансовый рынок, являются новыми вызовами в формировании процентного канала трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики. Недостаточная эффективность процентного канала трансмиссионного механизма в совокупности с кризисным состоянием финансового сектора России при росте процентных ставок может привести к обратному эффекту, – росту индекса потребительских цен, а вовсе не к её снижению. Опросы относительно инфляционных ожиданий свидетельствуют, что рост ключевой ставки оценивается экономическими агентами и населением как сигнал к будущему росту цен.

Существенным недостатком инфляционного таргетирования, основанного исключительно на процентной политике является необходимость её за пределами высоких уровней для достижения ожидаемого эффекта на стабилизацию цен. При этом результатом для предприятий становится отсутствие возможности привлечения кредитного финансирования. Пользуясь ростом цен на импорт и усложнением его логистики, локализованный в стране бизнес предпочитает поднимать цены, а не увеличивать объёмы производства, что ещё более усиливает инфляционные тенденции [6].

При этом значимым фактором не только инфляции, но и экономического роста остаётся динамика валютного курса рубля. Зарубежные исследователи в долгосрочной перспективе для сырьевых экономик рекомендуют валютные интервенции в противодействие чрезмерным колебаниям курсов национальных валют. Только наличие рыночной силы в мировой торговле сырьевыми товарами может снизить реакцию обменного курса национальной валюты, а при отсутствии рыночной силы (что точно наблюдается в случае санкционных ограничений для российского экспорта) режим таргетирования инфляции может только усилить реакции валютного курса на колебания цен сырьевых товаров [15].

Ещё одним хорошо изученным процессом является эффект переноса девальвации национальной валюты в темпы роста потребительских цен. Эконометрические модели большинства авторов свидетельствуют о влиянии валютного курса на темпы инфляции и динамику валового внутреннего продукта. В период 2014-2017 годов обесценение рубля на 1% приводило к росту ИПЦ на 0,18% в следующем месяце и на 0,39% за два следующих месяца [5]. Оценка эффекта переноса в отраслевом разрезе свидетельствует, что наиболее ярко он проявляется в социально

значимых отраслях России: сельском хозяйстве (0,26), производстве пищевых продуктов (0,26) и в текстильном и швейном производстве (0,52). [14].

Лощенкова и Зайцев отмечают, что одним из весомых факторов инвестиционной привлекательности российской экономики является обменный курс рубля [11]. Также исследователями подтверждается негативный характер роли волатильности обменного курса на экономический рост. Например, Миронов особо выделяет негативное влияние девальвации на экономический рост, вероятность финансового кризиса и снижения кредитных рейтингов, усиление неопределённости и сокращение инвестиционной активности [12].

Обозначенные проблемы и дискуссионные моменты реализации денежно-кредитной политики требуют пересмотра как стратегии, так и инструментария реализации монетарной политики в сложившихся условиях.

Недостатки таргетирования инфляции в текущих условиях.

Под влиянием относительно благоприятных факторов, прежде всего, сокращения платежеспособного спроса, связанного с сокращением реальных денежных доходов населения, в период 2016-2020 годов инфляционное давление удавалось удерживать вблизи объявленного Банком России целевого ориентира (см. таблицу 1). После кризиса 2014-2015 годов существенно выросла склонность населения к сбережению, что также приводило к сокращению потребительского спроса [4, с. 40].

Таблица 1

Помесячные темпы инфляции в РФ в период 2015-2022 гг.

Год	янв	фев	март	апр	май	июнь	июль	авг	сент	окт	нояб	дек	Итого
2022	8.74	9.16	16.70	17.83	17.11	15.90	15.09	14.30	13.67	12.63	11.97	11.92	11.92
2021	5.19	5.67	5.78	5.52	6.01	6.51	6.47	6.69	7.41	8.14	8.40	8.39	8.39
2020	2.42	2.31	2.55	3.10	3.03	3.21	3.37	3.57	3.67	3.98	4.42	4.91	4.91
2019	5.00	5.24	5.27	5.17	5.13	4.66	4.59	4.33	3.99	3.77	3.54	3.05	3.05
2018	2.21	2.20	2.36	2.41	2.42	2.30	2.50	3.07	3.39	3.55	3.83	4.27	4.27
2017	5.02	4.59	4.25	4.13	4.09	4.35	3.86	3.29	2.96	2.73	2.50	2.52	2.52
2016	9.77	8.06	7.26	7.24	7.30	7.48	7.21	6.84	6.42	6.09	5.76	5.38	5.38
2015	14.97	16.71	16.93	16.42	15.78	15.29	15.64	15.77	15.68	15.59	14.98	12.91	12.91

Источник: данные Банка России

Ухудшение внешнеэкономических условий в период 2021-2022 годов привело к резкому росту годовых темпов инфляции: по итогам 2021 года рост цен превысили целевой ориентир (4%) в два с лишним раза, по итогам 2022 года – почти в три раза. При этом ключевая ставка по итогам 2021 года повышалась семь раз и выросла с 4,5 до 8,5%.

Незначительность влияния процентных ставок на инфляцию объясняется наличием немонетарных факторов. Преимущественными являются внешние шоки, которые реализуются через валютный курс и динамику цен международных биржевых товаров, т.е. через, так называемый, «двойной канал» влияния курсовых колебаний на инфляцию [13]. Негативное влияние изменения мировых цен на российские экспортные товары наблюдается как в случае роста цен на них, так и падения. Справедливо замечено, что «в случае роста цен на отечественный экспорт усиливается диспаритет внутренних и мировых цен, который в течение определенного периода времени компенсируется их ростом в национальной экономике» [17]. В случае падения цен на российский экспорт инфляция «проникает» через снижение курса рубля: сначала происходит рост цен на импорт, а через некоторое время и на отечественные товары, как за счет «переключения» спроса на них, так и за счёт снижения долларовой себестоимости, что делает их более конкурентоспособными на мировом рынке.

Несмотря на некоторое сокращение зависимости потребительского сектора от внешних цен, связанное с определенными успехами импортозамещения, следует отметить, что уровень импорта сохраняется на высоком уровне. А таргетирование

инфляции, основанное исключительно на процентной политике, при высоком уровне зависимости потребительского рынка от импорта, может усилить процикличность инфляции. При девальвации Банк России повышает ключевую ставку, а если при этом мировые цены на сырьевые товары будут снижаться, хозяйствующие субъекты оказываются под двойным гнётом: ростом внутренних цен и отсутствием финансовой поддержки [12].

Процентный канал не идеален даже в развитых экономиках. В период 2007-2021 годов центральные банки высокоразвитых стран, особенно ФРС США и ЕЦБ, эмитировали невероятно большие суммы денег. При этом весь этот период уровень инфляции в этих странах оставался стабильно низким. Причиной являлись те же негативные ожидания конечных потребителей – населения, которое в условиях продолжавшегося перманентного кризиса демонстрировало большую склонность к сбережению, а не к потреблению.

Из-за жесткой монетарной политики у нас наблюдается низкий уровень насыщенности экономики деньгами (монетизации), что приводит к торможению экономического роста через кредитный механизм. Как свидетельствуют исследования, уровень монетизации оказывает существенное влияние не только на инфляцию, но и экономический рост, а также безработицу [3]. Среди развивающихся экономик, с которыми Россию часто сравнивают, монетарная политика Банка России является одной из самых жестких. Показатель монетизации экономики, определяемый как отношение широкой денежной массы к ВВП, в России находится на сравнительно низком уровне (см. таблицу 2).

Таблица 2

Коэффициент монетизации по отдельным странам в 2015-2022 гг.

Страна	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Среднее
Китай	202.1	207.7	201.4	195.0	197.9	211.9	203.8	216.1	203.0
Бразилия	88.1	93.8	93.1	93.7	96.1	109.2	104.8	106.5	96.3
Индия	78.0	74.5	74.1	74.1	77.0	87.8	82.5	н/д	78.3
Россия	61.8	59.4	59.5	59.1	58.9	69.9	50.6	н/д	59.2
Турция	52.4	55.2	53.9	53.2	58.9	67.5	71.7	55.5	57.7

Источник: данные Всемирного банка

Обратим внимание, что уровень монетизации российской экономики ниже, чем индийской, которая испытывает постоянный дефицит торгового и платежного баланса. Уровень монетизации в России наиболее близок к уровню Турции, которая вынуждена бороться с чрезвычайно высокими темпами ежегодной инфляции (64,3% по итогам 2022 года).

Противоречивость подходов и моделей, оценивающих эффективность инфляционного таргетирования, требует пересмотра инфляционного таргетирования как единственной цели регулятора. Идеи об изменении целевых ориентиров денежных регуляторов высказываются и зарубежными исследователями, которые выделяют в качестве дополнительных ориентиров ВВП и валютный курс [16].

Таким образом, в условиях, когда влияние процентных ставок на рост индекса потребительских цен незначительно, а жесткая процентная политика приводит к дефициту денег в экономике и торможению её роста, более актуальными становятся альтернативные цели денежно-кредитной политики, в качестве которых могут выступить динамика ВВП и стабильность валютного курса рубля по отношению к иностранным валютам.

Преимущества таргетирования валютного курса и экономического роста.

Как бы мы не желали обратного, роль обменного курса рубля в экономике России была и остаётся высокой [1, 9]. Несмотря на резкое сокращение после начала СВО валютной составляющей активов и пассивов банковской системы, влияние курса рубля на все стороны жизни российской экономики остается прежней. Сказанное

подтверждается тем фактом, что как только экономика начала отходить от первичного шока, вызванного началом СВО и последовавшими жесткими санкциями (с середины 2022 года), началось снижение курса рубля, которое резко усилилось с середины 2023 года, когда потребительский спрос восстановился до прежнего уровня.

Неэффективность мер денежно-кредитной политики, основным инструментом которых Банк России признает только ключевую ставку, очевидна. Резкий рост ключевой ставки с 8,5 до 12% после обвала курса рубля в сентябре привел к небольшому краткосрочному укреплению рубля на фоне острой реакции рынка на этот индикатор. Как только произошла адаптация рынка к новой ставке, пришло и осознание, что процентные ставки не являются препятствием для дальнейшей девальвации.

Возможно, регулятор готов поддержать курс рубля, но в текущих условиях не имеет достаточных ресурсов. Однако меры поддержки, предпринимаемые в форме продажи скромных объемов юаней не способны удовлетворить повышенный спрос. Кроме того, необходима согласованность действий Центрального банка и Минфина, который формируя ФНБ в иностранных валютах, также формирует дополнительный спрос на эти валюты.

Резкое обесценение рубля приводит к двум актуальным проблемам. Во-первых, девальвация рубля является фактором торможения реализации перехода на расчеты в национальных валютах. Существенные убытки от негативной динамики валютного курса реализуются через отказ контрагентов из «дружественных» юрисдикций хранить рублевые активы: невозможно представить предпринимателя, который готов согласиться на хранение активов в рублях при текущих темпах его обесценения по отношению к альтернативным валютам. Если для этих стран переход на национальные валюты в международных расчетах является стратегическим направлением повышения экономического суверенитета, то для России это является актуальной задачей текущего дня. Во-вторых, по той же причине убыточности хранения ликвидности и проведения финансовых операций в рублях, Москва теряет привлекательность как региональный финансовый центр. Пора нам при оценке влияния девальвации рубля не ограничиваться его положительным эффектом на доходы бюджета; необходимо призвать соответствующие ведомства считать косвенные убытки от потерь, связанных с двумя обозначенными проблемами.

Стоит вспомнить и про инвестиционный процесс, который также испытывает шоки валютного курса. Исследования свидетельствуют, что для активизации инвестиционного процесса и внутреннего потребления в России стабильность валютного курса по сравнению с динамикой инфляции является более важной категорией [10]. Исходя из этого, одной из целей регулятора должен стать экономический рост. В российских условиях монетарный меркантилизм, в форме накопления валютных резервов с целью поддержания низкого уровня курса национальной валюты, выгоден только для экспортеров, т.е. сырьевых отраслей, которые в стимулировании не нуждаются. Декларируемые правительством цели увеличения доли несырьевого экспорта реализуемы в условиях финансового меркантилизма, когда практикуется финансирование целевых отраслей и создание для них благоприятных условий привлечения капитала как на внутреннем, так и на внешнем рынках [17].

Длительный период недооценённости рубля создаёт устойчивые диспропорции в экономике, которые препятствуют развитию несырьевых отраслей. Преимуществом недооценённости национальных валют пользуются практически все развивающиеся страны, что наглядно демонстрируют данные таблицы 3.

Соотношение паритетного и номинального курса валют отдельных стран к доллару США в 2015-2022 гг., в %

Страна	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Среднее
Китай	62.2	60.0	61.9	63.9	60.9	60.5	64.8	59.2	61.7
Бразилия	59.8	61.1	68.4	60.9	57.8	46.5	47.3	50.0	56.5
Индия	29.4	29.7	32.0	30.0	29.7	29.4	30.4	28.5	29.9
Россия	38.7	36.1	41.3	39.2	38.4	34.0	37.0	42.1	38.3
Турция	42.7	41.1	37.9	33.8	32.9	30.9	31.7	28.5	34.9

Источник: данные Всемирного банка

Однако это должно иметь разумные пределы, а не превращаться в инструмент «вечного» характера. За представленный период диспаритет курса рубля в среднем составляет 2,6 раза. Хуже показатели у Индии и Турции (3,3 и 2,9 раз, соответственно). Пример же стоит брать с денежных регуляторов Китая и Бразилии, валюты которых оценены рынком наиболее адекватно. Теоретически столь высокий уровень недооцененности рубля не должен оставлять места для его девальвации, однако они у нас регулярны. Причина – в отсутствии своевременной реакции Банка России на спекулятивные атаки на рубль. В условиях спекулятивных атак валютные интервенции должны быть безграничными по объемам. Характеристика динамики ППС рубля не позволяет соглашаться с позицией авторов, утверждающих, что ослабление регулирующего воздействия Центрального банка является предпосылкой к сокращению диспаритета между ППС и номинальным рыночным курсом [16].

Обобщая сказанное выше, следует отметить, что политика Банка России в части формирования курса национальной валюты в текущих условиях должна измениться коренным образом. Нарративы открытой экономики в условиях тотальной «отмены» России неуместны. Мы не призываем к мерам административного характера. Но переход от свободно плавающего курса к плавающему в определенном регулятором коридоре, который показал себя в период 2005-2014 годов надежным инструментом валютного регулирования, стоит вернуть. Такой переход позволит стабилизировать валютный курс и поднять его привлекательность в средне- и долгосрочной перспективе, что поможет инвестиционной привлекательности и росту реального ВВП. Возврат к свободно плавающему курсу будет возможен в будущем после снятия самых тяжелых для российской экономики ограничений.

Такая необходимость вызвана тем, что чувствительность валютного курса развивающихся стран на факторы, связанные с мировым товарным и финансовым рынками намного превышает чувствительность к денежно-кредитной политике собственных регуляторов, о чём свидетельствуют эмпирические исследования [8]. Процентная политика, как фактор денежно-кредитного регулирования успешно влияет на валютный курс только на высокоразвитых рынках.

Текущий этап развития денежно-кредитного регулирования в России должен учитывать складывающиеся реалии. Ряд необходимых мер, способных помочь российскому финансовому рынку сохранить стабильность, уже реализованы. Тем не менее, наиболее острой проблемой, вызванной шоком санкционных ограничений и оттоком капитала, наряду с инфляцией, является стабильность валютного курса рубля. Новые реалии требуют определенного пересмотра позиций Центрального банка и Министерства финансов в вопросах формирования валютного курса и динамики экономического роста.

Результаты оценки эффективности инфляционного таргетирования требуют пересмотра данного инструмента как единственной цели регулятора. В качестве дополнительных ориентиров монетарной политики необходимо закрепить валютный курс и динамику ВВП. Расширение целевых ориентиров денежных регуляторов для

развивающихся стран поддерживаются как отечественными, так и зарубежными исследователями [16].

Основным инструментом стабилизации валютного курса рубля мы видим возврат к практике валютного коридора, который способен стабилизировать курс в течение краткого периода времени. При приближении курса рубля к верхнему уровню коридора следует предпринять весь набор инструментов, которым располагает регулятор, среди которых наиболее эффективными могут оказаться валютные интервенции, продажа экспортёрами не менее 80% валютной выручки на Московской бирже и отказ от выделения рублевой ликвидности. В условиях атаки на рубль ликвидность банкам следует предоставлять только в форме валютного РЕПО. Министерству финансов также следует быть внимательным к курсу рубля при формировании ФНБ. При наличии признаков нестабильности на валютном рынке следует ограничить или даже вовсе прекратить покупки валюты.

В конечном итоге нестандартная ситуация, в которой оказалась российская экономика, требует нестандартных, с точки зрения теоретических постулатов мер, которые ускорят принятие денежными регуляторами новых целевых ориентиров и активизируют исследования влияния иррационального поведения экономических агентов на шоки инфляции, валютных курсов и экономического роста.

Список использованных источников и литературы

1. Амосов, А.И. Подъем экономики на базе твердой национальной валюты и полноценной семьи – цель социального государства // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2015. – № 5. – С. 77-88. EDN UMLXFD.
2. Андрушин, С. Аргументы в пользу управления обменным курсом рубля // Вопросы экономики. – 2015. – № 12. – С. 51-68. EDN: UXMGOT.
3. Бердышев, А.В., Сопов, Д.К. Исследование динамики коэффициента монетизации экономики России и его влияния на макроэкономические показатели // Вестник университета. – 2022. – № 9. – С. 145-152. EDN FGRGBC.
4. Гасанов, О.С. Депозитные операции российских банков: состояние и направления совершенствования: монография/ О.С. Гасанов; Донской гос. техн. ун-т. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2018. – 91 с. EDN UUYJFQ.
5. Гасанов, О.С., Петросян, А.А. Трансмиссионный механизм реализации денежно-кредитной политики в России / Прорывное развитие экономики России: условия, инструменты, эффекты. Сборник статей международной научно-практической конференции. Нальчик, КБГУ. 2018. – С. 53-59. EDN MMMZNY.
6. Глазьев, С.Ю. О таргетировании инфляции // Вопросы экономики. – 2015. – № 9. – С. 124-135. EDN: UIKPLF.
7. Горюнов Е.Л., Дробышевский С.М., Трунин П.В. Денежно-кредитная политика России: стратегия и тактика // Вопросы экономики. – 2015. – № 4. – С. 53-85. EDN TMZEED.
8. Гребенкина, А.М., Хандруев, А.А. Различия интенсивности действия факторов валютного курса в странах с режимом инфляционного таргетирования // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2001. – № 3 (51). – С. 125-143. EDN LDMAOC.
9. Ершов, М.В., Танасова, А.С. О санкциях и валютном курсе // Экономические стратегии. – 2022. – Т. 24. – № 4 (184). – С. 114-129. EDN PYXNWT.
10. Киюцевская, А. Плавающий курс рубля: миф или реальность? // Вопросы экономики. – 2014. – № 2. – С. 50-67. EDN RVHHL.
11. Лощенкова, А.Н., Зайцев, Ю.К. Влияние динамики обменного курса рубля на приток иностранных инвестиций в российскую экономику // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2019. – № 4 (44). – С. 127-142. EDN TAWFQJ.
12. Миронов, В.В. Российская девальвация 2014-2015: падение в пропасть или окно возможностей? // Вопросы экономики. – 2015. – № 12. – С. 5-31. EDN UXMGZ.

13. Могилат А.Н. Обзор основных каналов трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики и инструментов их анализа в Банке России // Деньги и кредит. – 2017. – № 9. – С. 3-9. EDN ZGFNMN.

14. Синяков, А.А., Чернядьев, Д.Н., Сапова, А.К. Оценка эффекта переноса валютного курса рубля в цены производителей конечной продукции на микроданных российских компаний // Журнал новой экономической ассоциации. – 2019. – № 1 (41). – С. 128-157. EDN YZJYFV.

15. Chen, Y., Lee, D. Market power, inflation targeting, and commodity currencies // Journal of International Money and Finance. – 2018. – Vol. 88. PP. 122-139. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2018.07.002>.

16. Fackler, J.S., McMillin, W.D. Nominal GDP versus price level targeting: An empirical evaluation // Journal of Economics and Business. – 2020. – 105890. <https://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2019.105890>.

17. Gasanov, O. Five Years of Inflation Targeting Without Economic Growth: What Should Be Changed? The Case of Russia // International Journal of Financial Research. – 2021. – Vol. 12. – No. 3. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v12n3p162>.

УДК 336.719
DOI 10.58551/20728115_2023_10_156

ОТКРЫТЫЙ БАНКИНГ КАК ЦИФРОВАЯ ИННОВАЦИЯ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Пшеничко Леонид Игоревич

Аспирант кафедры мировых финансовых рынков и финтеха
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
E-mail: lpshenichko@termud.ru

В статье анализируется открытый банкинг, в последние годы получивший широкое распространение во многих странах мира, которые считаются лидерами в области внедрения цифровых инноваций в сферу бизнеса. Автором рассматриваются те возможности, которые открываются перед кредитными организациями, конечными потребителями и органами публичной власти в процессе освоения открытого банкинга. Среди перечисленных преимуществ особое внимание уделяется сфере межгосударственной интеграции, учитывая те ограничения, которые были введены в отношении российской экономики в целом и банковского сектора в частности в последние годы. В работе также рассматриваются проблемы и риски, которые несет с собой процесс распространения открытого банкинга. Автор полагает, что отсутствие однозначного понимания концепции открытого банкинга в академическом и экспертном сообществе, а также монополизация рынка цифровых банковских услуг наиболее крупными кредитными организациями, свойственная некоторым странам-лидерам, являются тормозящим фактором в деле более активного внедрения новейших инновационных решений в сфере розничного банковского обслуживания.

Ключевые слова: открытый банкинг, блокчейн, интерфейс программирования приложений, монополизация, Европейский союз, санкции, конечный потребитель, розничное обслуживание банка.

OPEN BANKING AS A DIGITAL INNOVATION IN THE FIELD OF RETAIL BANKING

Pshenichko Leonid Igorevich

Postgraduate student of the Department of Global Financial Markets and Fintech
Plekhanov Russian University of Economics
E-mail: lpshenichko@termud.ru

The article analyzes open banking, which in recent years has become widespread in many countries of the world, which are considered leaders in the field of introducing digital innovations into the business sphere. The author examines the opportunities that open up to credit organizations, end consumers and public authorities in the process of mastering open banking. Among the listed advantages, special attention is paid to the sphere of interstate integration, taking into account the restrictions that have been imposed on the Russian economy in general and the banking sector in particular in recent years. The paper also examines the problems and risks that the process of spreading open banking entails. The author believes that the lack of an ambiguous understanding of the concept of open banking in the academic and expert community, as well as the monopolization of the digital banking services market by the largest credit institutions, characteristic of some leading countries, are a hindering factor in the more active implementation of the latest innovative solutions in the field of retail banking.

Keywords: *open banking, blockchain, application programming interface, monopolization, European Union, sanctions, end user, retail bank service.*

Открытый банкинг занимает особое место в системе цифровизации розничного обслуживания населения кредитными организациями. Данную инновацию необходимо воспринимать как ключевой признак перехода предпринимательства на качественно новый уровень, обеспечивающий более оперативное взаимодействие субъектов розничной банковской деятельности – кредитной организации и ее клиентов. Открытый банкинг означает, прежде всего, способ получения на одном девайсе различных по своей природе услуг, не относящихся к исключительно финансовой сфере, однако, тем не менее, предоставляемых либо кредитной организацией, либо иным, так или иначе, аффилированным юридическим лицом. При этом предоставляемые услуги отличаются своей адресностью, отвечают предпочтениям конечного потребителя и учитывают его финансовые возможности. Добавим, что в состав складывающегося в рамках открытого банкинга правоотношений вливается новый участник – поставщик услуг, под которым понимается третья сторона, не всегда представляющая финансовый сектор.

Считается, что своего рода толчком в становлении открытого банкинга и его дальнейшего стремительного распространения по всему миру послужила пандемия COVID-19 [9]. Безусловно, предпосылки для активного внедрения данной цифровой инновации оформились существенно раньше по мере разработки и все более широкого использования цифровых технологий. В основе всей достаточно сложной архитектуры открытого банкинга находится так называемый интерфейс программирования приложений (Application Programming Interface, API), нашедший в последние годы широкое применение не только в сфере кредитования. Данная инновация позволяет различным программам, на основе которых функционируют всем известные приложения, взаимодействовать друг с другом, исходя из заданных параметров. Так, например, пользователь приложения определенной розничной сети магазинов благодаря API при его же согласии может получать информацию о том, какое меню предлагается в соседнем кафе, проводятся ли акции в ближайшем магазине бытовой техники, в какие часы принимает нотариус и т.д. Тем не менее, система API пока наибольшую популярность получила именно банковской сфере в силу того, что именно транзакция, или плата клиента банка за те или иные виды товаров и услуг является своего рода отправной точкой в деле формирования его потребительского портфеля.

При этом необходимо особо подчеркнуть, что, как и большие данные (big data) интерфейс программирования приложений условно делится на две группы – API общего доступа и API ограниченного доступа. Последняя группа имеет непосредственное отношение к проблемам обеспечения безопасности государства, бизнеса и граждан, в силу чего, его использование в банковской деятельности крайне ограничено.

На наш взгляд, достаточно четко и однозначно концепция открытого банкинга представлена в подготовленном Банком России аналитическом обзоре «Концепция внедрения открытых API на финансовом рынке», который был издан в конце прошлого года. В данном исследовании авторы сравнивают такие взаимосвязанные и соподчиненные понятия, как открытый банкинг (Open Banking), открытые финансы (Open Finance) и открытые данные (Open Data), а концепция открытого банкинга при этом представлена как механизм обмена информацией, которая имеет непосредственное отношение только к «банковским и платежным данным» клиента [3, с.3]. Открытые финансы – это понятие второго порядка, включающее в себя и иные данные, характеризующие финансовые возможности потребителя банковских услуг. В границах открытых финансов циркулирует и анализируется информация о страховых взносах, пенсионных накоплениях, инвестиционном капитале физического лица и др. Под открытыми данными понимается наиболее широкий объем информации, в которую включены практически любые транзакции физического лица, осуществленные в цифровом формате. Так называемый потребительский портфель клиента, описывающий в том числе его вкусы и предпочтения, формируется именно на данном уровне. Примечательно, что законодательство различных стран в отношении открытого

банкинга апеллирует к тому или иному из вышеперечисленных понятий. Так, например, в ЕС, Великобритании, Бразилии, Мексике, США концепция открытого банкинга понимается наиболее узко - в границах банковских транзакций. В некоторых азиатских странах, таких как Индия, Гонконг и Сингапур, открытый банкинг подразумевает обработку и передачу информации, полученную в рамках открытых финансов. В Австралии наблюдается наиболее широкий охват данных – в этой стране формирование потребительского портфеля осуществляется на основе открытых данных [10, с.5].

Безусловно, внедрение цифровых инноваций в банковский сектор создает целый ряд преимуществ для кредитных организаций и бизнеса в целом, потребителя конечных услуг и государства.

Новые возможности для бизнеса, как предполагается, будут заключаться, прежде всего, в существенном сокращении издержек. Поимого этого, ожидается, что появятся новые возможности доступа к конечному потребителю, так как API не только налаживает контакт между различными сегментами виртуального информационного пространства, но и агрегирует некоторые характеристики клиентов, такие как его вкусы и предпочтения, финансовые возможности и ограничения, геолокацию и т.д. Предлагается также, что в новых условиях постепенно выработаются понятные и унифицированные «правила игры» для бизнеса, так как механизм взаимодействия с рекламными компаниями, поставщиками иных видов услуг, контролирующими организациями, налоговыми органами и другими контрагентами станет стандартизированным. Необходимо также добавить, что в случае реализации грамотной политики, направленной на обеспечение информационной безопасности в цифровом пространстве, ожидается повышение доверия участников предпринимательской деятельности к финтех-компаниям и органам публичной власти, что благоприятно скажется на бизнес-среде в целом [3, с.15].

Преимущества, которые получит конечный потребитель от внедрения открытого банкинга, можно свести к следующим положениям. Предполагается, что подобная инновация на портативном девайсе – это, прежде всего, комфорт. Не переходя с одной виртуальной площадки на другую, у физического лица появится возможность получать практически одновременно всю необходимую информацию и оплачивать товары и услуги. Более того, как видится, система API позволит конечному потребителю рационально использовать свой бюджет и управлять рисками. Как известно, цифровизация способствует персонализации рынка услуг, что также является бесспорным преимуществом открытого банкинга. Данное положение означает, прежде всего, адресность и точность в подборе необходимых продуктов, которые предлагаются в виртуальном пространстве. Также нельзя не подчеркнуть информационную безопасность и повышение уровня доверия к кредитным организациям. Однако, как и в случае с преимуществами для бизнеса, очень многое будет зависеть от эффективности работы уполномоченных в этом государственных структур.

Безусловно, рассматриваемая нами инновация открывает новые перспективы и для государства. К подобным появляющимся возможностям обычно причисляют создание условий для развития конкуренции, формирование новых бизнес-моделей в экономике и обеспечение финансовой доступности и грамотности гражданского общества, что, безусловно, крайне необходимо для национальной информационной безопасности [3, с.16]. Однако, в данном исследовании, мы бы хотели более детально остановиться на другом аспекте – международных интеграционных перспективах, учитывая сложную геополитическую обстановку, сложившуюся в последние годы.

Так называемый геополитический разлом, наблюдаемый в настоящее время, вынуждает российский бизнес, в том числе и кредитные организации, искать новых партнеров в ближнем и дальнем зарубежье. Мы являемся свидетелями фрагментирования мирового хозяйства, которое помимо многочисленных издержек открывает и новые возможности для государств [6]. Говоря о подобного рода перспективах, нельзя обойти вниманием опыт Европейского союза, учитывая тот факт, что данное межгосударственное объединение по многим направлениями в сфере внедрения цифровых инноваций является мировым лидером [7].

В 2018 г. в странах Европейского союза вступила в силу так называемая Вторая платежная директива, получившая впоследствии краткое наименование PSD2 (Payment Services Directive-2). Данный нормативно-правовой акт был разработан совместно Европейским центральным банком (European Central Bank) и Европейской службой банковского надзора (European Banking Authority). Ключевая идея данной Директивы заключается в выработке единого для всех стран-членов объединения механизма защиты информации, включающей как государственную и коммерческую тайну, так и персональные данные конечного потребителя. Помимо этого, в Директиве содержатся особые требования к информации, предоставляемой банком поставщикам услуг, регламентируются вопросы ответственности за ненадлежащее выполнение предоставляемых услуг.

Интеграционный потенциал рассматриваемого нами документа заключается, на наш взгляд, в следующих положениях. Директива достаточно широко трактует понятие финансовая организация, под которой понимаются не только привычные кредитные организации, но и так называемые Учреждения электронных денег (Electronic Money Institution, EMI). Напомним, что подобные структуры создаются при содействии органов государственной власти для поэтапного перехода к цифровой валюте. При этом, Учреждениям делегируется ряд полномочий, включая эмиссию электронных денег. Помимо этого, к группе финансовых организаций могут присоединиться и коммерческие юридические лица, получившие лицензию Европейского центрального банка. Как видно, в странах Европы прослеживается гибкий подход в вопросе определения субъектов правоотношения, которые складываются в процессе внедрения открытого банкинга. Уверены, что данный подход может представлять особый интерес для отечественных специалистов, учитывая, что Российская Федерация является одним из инициаторов ряда межгосударственных объединений. Напомним, что лидерами стран-членов БРИКС еще в 2015 г. в ходе работы VII саммита в Уфе был задан вектор формирования собственной независимой и сбалансированной денежно-кредитной политики [11].

Однако открытый банкинг в силу отсутствия многолетней практики применения и относительно слабой теоретической разработанности несет с собой и некоторые издержки, о которых также пишут исследователи в России и за рубежом [3, 8].

Одним из подобных проявлений издержек можно назвать тот факт, что в академической среде пока еще не оформилось однозначное понимание открытого банкинга. Как видится, сложившаяся ситуация несколько тормозит развитие банковского дела как отрасли науки. Для российских специалистов свойственна более узкая интерпретация открытого банкинга, сводящаяся преимущественно к сугубо финансовым операциям. Примечательно, что подобного подхода придерживается и Центральный банк Российской Федерации [3]. При этом подчеркнем, что рассматриваемая нами инновация пока еще слабо изучена российскими специалистами. Так, на момент проведения данного исследования, нами не было выявлено фундаментальных работ в виде монографических или диссертационных исследований. Относительно скуден и перечень научных публикаций на данную тему в авторитетных научных периодических изданиях. Как нам видится, слабый интерес российских специалистов к теме открытого банкинга связан, прежде всего, с той неопределенностью, которая сложилась в последнее время в терминологии. Отечественные исследователи более склонны использовать понятия экосистема и цифровая платформа, которые, по своей концептуальной сути, во многом пересекается с термином открытый банкинг [2,4]. Несколько иначе оформилось понимание открытого банкинга за рубежом. Для специалистов стран Европейского союза, Великобритании, Индии, Сингапура, Японии, Австралии и некоторых других стран свойственен более широкий подход в трактовании открытого банкинга, существенно выходящий за пределы сугубо финансовых операций. Ряд зарубежных специалистов полагает, что открытый банкинг предоставляет кредитной организации самые широкие возможности расширить область своей деятельности, включая в нее совершенно иные сферы предпринимательства – туризм, оптовую и розничную торговлю, бытовое обслуживание населения, транспорт и логистику и т.д.

Помимо этого, среди тех вызовов для социально-экономического развития общества, которые несет с собой внедрение открытого банкинга на современном этапе, в академической литературе чаще всего упоминается монополизация в сфере предоставления услуг [5]. Подтверждением тому является опыт некоторых стран, в которых рассматриваемая нами инновация получает широкое распространение. Как было сказано выше, в настоящее время помимо России лидерами в сфере внедрения API в банковскую сферу являются Индия, Гонконг и Сингапур [10, с.56]. При этом в каждой экономической системе открытый банкинг приобретает свои особенности, в том числе и в сфере открытости и доступности как для поставщиков услуг, так и для конечного потребителя.

В настоящее время достаточно интересная ситуация складывается в Гонконге. В июле 2018 г. Денежно-кредитное управление Гонконга (The Hong Kong Monetary Authority -HKMA) обнародовало свою программу внедрения открытого банкинга, а также продемонстрировало национальную платформу Open API для банковского сектора. Было заявлено о намерении «двигаться к новой эре интеллектуального банкинга». Однако, как свидетельствуют эксперты, в области применения цифровых решений достаточно быстро монопольную позицию захватил Citybank Hongkong, который является крупнейшей кредитной организацией в данной стране. Воспользовавшись открывшимися возможностями, «Citi объявил о шести партнерствах с поставщиками услуг, использующих открытые API с 2018 года» [10, с.17], таким образом, как считается, создав существенные барьеры иным игрокам для проникновения в сферу применения национальной Open API. Монополизация в сфере применения цифровых инноваций характерна и для Индии. Национальный интерфейс программирования приложений в этой стране именуется Aadhar, и он в короткие сроки получил широкое признание в мире. Однако особенности его применения привели к ограничению доступа для ряда поставщиков услуг в систему открытого банкинга. В этой связи необходимо отметить, что некоторые исследователи пришли к выводу о том, что менее подвержены монополизации те государства, в которых применяется индикативный, а не директивный метод внедрения цифровых инноваций. Подобным примером может считаться Сингапур. Регулятор данной страны – Денежно-кредитное управление Сингапура (Monetary Authority of Singapore - MAS) не придерживается интервенционистского подхода. Как заявляют представители регулятора, «путь к открытому банковскому делу в стране будет более успешным, если участники программы сами решат, что им выгодно» [10, с.17]. Добавим, что к тем юрисдикциям, которые избегают директивного метода внедрения открытого банкинга причисляют также Швейцарию и США [3, с.5]. Действительно, в настоящее время некоторые специалисты констатируют, что цифровизация экономики сопряжена с рисками монополизации [5]. Однако, данная проблема остается пока малоизученной. Думается, что тема монополизации экономики в условиях цифровых трансформаций, в целом, и в банковской деятельности, в частности, будучи направлением сравнительно новым для исследователей, требует своего более глубокого изучения.

В качестве заключения по проведенному нами исследованию, думается, необходимо выделить два немаловажных обстоятельства.

Во-первых, в академической среде пока нет ясности в вопросе о том, составит ли открытый банкинг конкуренцию системе распределенного реестра. Как известно, темпы распространения блокчейна крайне высоки, а в некоторых правовых системах криптовалюта получает статус национальной валюты [1]. В отношении данного вида сквозной цифровой технологии сложилась неоднозначная ситуация в мире. Известно, что некоторые национальные юрисдикции ограничивают использование блокчейна на своей территории, видя в нем угрозу для национальной безопасности, в то время как в иных государствах применение системы распределенного реестра никак не регламентируется законодательством. Как нам видится, лишь по истечении некоторого времени станут проявляться какие-то контуры будущего банковской деятельности и открытого банкинга в том числе.

Во-вторых, по всей видимости, темпы внедрения открытого банкинга уже в ближайшей перспективе будут больше зависеть от воли и желания органов публичной

власти, нежели от конечного потребителя. Данное обстоятельство объясняется, прежде всего, тем, что открытый банкинг, как впрочем, и иные цифровые инновации в сфере коммерции, начинает рассматриваться в качестве эффективного инструмента экономической политики [9]. Так, например, данная инновация, по всей видимости, будет не только способствовать сокращению издержек в реальном секторе экономики, но и окажет непосредственное влияние на такие показатели, как занятость населения, инфляция, отраслевая структура народного хозяйства, внешнеторговый оборот и др. Исходя из вышеизложенного, безусловно, открытый банкинг должен стать объектом пристального исследования и детального анализа.

Список использованных источников и литературы

1. Биткоин впервые официально признан платежным средством. Что это значит? [Электронный источник] / URL: <https://www.rbc.ru/crypto/news/60c07ed39a794749b9a45080>.
2. Бубнова Ю.Б. Развитие экосистем – основной тренд трансформации банковского бизнеса // Известия Байкальского государственного университета. - 2020. - № 3. - С. 394–401.
3. Концепция внедрения открытых API на финансовом рынке.- М.: Банк России. – 2022.- 30 с.
4. Нуриев Б.Д. Интеграционный потенциал цифровой платформы в сфере международной торговли: проблемы и пути решения // E-Management. - 2023. - № 1. - С. 61–70.
5. Свечников К.Л. Проблемы монополизации в цифровой экономике // Вестник Российского университета кооперации. – 2021. - №2. – С.70-73.
6. Поспелов С.В. Роль модельного законодательства ОДКБ в реагировании на нарастание вызовов и угроз со стороны евразийской дуги нестабильности // Международная жизнь. – 2021. - №2. – С.142-143.
7. Поспелов С.В., Нуриев Б.Д. Большие данные в е-коммерции Европейского союза: проблемы правового регулирования // Государственное регулирование экономики: политико-экономические аспекты. Сборник научных трудов по материалам 7-ой Международной научно-практической конференции. Москва: Государственный университет управления. – 2022. – С.84-89.
8. Beck Th., Serrano A. Digitalization and banking: new risks and three scenarios for the European banking system of the future // Banco de Espana. Financial stability review. – 2022. - Issue 42. Spring. - pp. 11- 27.
9. Derimez D., Gür D., Özeltürkay E. Bankacılık sektöründe dijital dönüşüm: açık bankacılık ve uygulamalarına ilişkin kavramsal bir araştırma // Tarsus Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi. – 2021. - №1. – pp. 10-28.
10. Open banking, preparing for lift off. – London: Open data Institute. - 2019. – 56 p.
11. VII BRICS Summit Ufa Declaration [Электронный источник] / URL: http://brics2022.mfa.gov.cn/eng/hywj/ODS/202203/t20220308_10649509.html.

УДК 338
DOI 10.58551/20728115_2023_10_162

АКЦИЗНОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ

Тхагапсо Руслан Асланчериевич

Кандидат экономических наук, доцент, директор научно-образовательного кластера «Институт качества жизни» ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет

E-mail: rusjath@mail.ru

Тхаркахова Ирина Григорьевна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет

E-mail: iren_pani@mail.ru

Тхагапсо Анастасия Александровна

Преподаватель кафедры бухгалтерского учета, аудита и автоматизированной обработки данных, ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет

E-mail: nastyusha_tr@mail.ru

Система налогообложения в современной экономике — это достаточно изменчивое явление. Работа посвящена изучению экономического содержания, анализу и прогнозированию акцизного налогообложения в современных реалиях. В статье представлена не только теоретическая характеристика данного налогового бремени, но и дается практическое его описание. Особый акцент уделен алкогольной продукции. Анализирую современное законодательство по данному вопросу были обоснованы выводы относительно очень слабой проработанности вопросов акцизного налогообложения. В работе достаточно подробно изложены результаты современного состояния данного вида налогов и перспективы на ближайшие два года. По результатам проведенного исследования разработаны механизмы усовершенствования акцизного налогообложения, практическое применение которых будет способствовать положительному развитию не только экономической, но и социальной сферы нашей страны.

Ключевые слова: акциз, налогообложение, налог, эффективность, экономика, алкогольная продукция, теневой рынок, законодательство.

EXCISE TAXATION OF ALCOHOLIC BEVERAGES IN RUSSIA: PROBLEMS AND WAYS OF OPTIMIZATION

Tkhagapso Ruslan Aslancherievich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Director of the scientific and educational cluster «Institute of Quality of Life», Adyghe State University

E-mail: rusjath@mail.ru

Tkharkakhova Irina Grigorevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Economics and Finance Department, Adyge State University

E-mail: iren_pani@mail.ru

Tkhagapso Anastasia Alexandrovna

Lecturer of Accounting, Auditing and Automated Data Processing, Kuban State University

E-mail: nastyusha_tr@mail.ru

The taxation system in the modern economy is a rather changeable phenomenon. The work is devoted to the study of the economic content, analysis and forecasting of excise taxation in modern realities. The article presents not only the theoretical characteristics of this tax burden, but also gives a practical description of it. Special emphasis is placed on alcoholic beverages. Analyzing the current legislation on this issue, conclusions were substantiated regarding the very weak elaboration of excise taxation issues. The paper presents in sufficient detail the results of the current state of this type of taxes and prospects for the next two years. Based on the results of the study, mechanisms for improving excise taxation have been developed, the practical application of which will contribute to the positive development of not only the economic, but also the social sphere of our country.

Keywords: *excise duty, taxation, tax, efficiency, economy, alcoholic beverages, shadow market, legislation.*

Важным элементом налогового механизма признаётся налоговое регулирование, суть которого состоит в том, что любое вмешательство в финансово-хозяйственную деятельность должно носить обоснованный характер. Акцизы являются не только одним из главных источников доходов государственного бюджета, но и средством ограничения потребления подакцизных товаров, к которым в основном можно отнести социально вредные товары. Также акцизы являются одним из основных инструментов налогового регулирования. Данный регулирующий налог обеспечивает сбалансированность бюджетов, а также непосредственно принимает участие в формировании бюджетов нижестоящих уровней.

Одной из старейших разновидностей косвенного налогообложения по праву считаются акцизы. В том виде, в котором привыкли его воспринимать, акциз присутствовал ещё в эпоху расцвета Римской империи, но широко распространился лишь в период с XI в. по XII в. Например, Голландия взимала акцизный сбор с товаров, используемыми испанцами, с которыми Голландия находилась в состоянии войны. Первые упоминания об акцизах на Руси датируются интервалом времени с X в. по XI в. В данный промежуток времени к подакцизным товарам относилась исключительно алкогольная продукция. Только в 1817 г. был принят Устав о питейном сборе, устанавливающий объёмы водки и пива, подлежащие налогообложению [7].

В современной экономике большинство товаров массового потребления в России облагаются акцизами. Список продукции, которая признаётся подакцизной, содержится в ст. 181 НК РФ. Данный список продукции является ограниченным. Акциз включается в цену товара, а также в тариф. По факту оплата акциза ложится на конечного потребителя подакцизной продукции. Акцизы признаны самыми собираемыми налогами в России.

Регулирование акцизов в Российской Федерации осуществляется гл. 22 НК РФ. Акциз является федеральным налогом. Производителям подакцизных товаров необходимо строго выплачивать суммы акцизов на свою продукцию. Оплата происходит в Федеральную налоговую службу (ФНС России). Согласно ст. 187 НК РФ по каждому виду подакцизного товара налоговая база устанавливается отдельно [1].

Необходимо отметить то, что в законодательной базе в отрасли акцизного налогообложения первостепенной проблемой является её недостаточная проработанность. Большое количество недостаточно систематизированных документов оказываются трудными к восприятию. Для российской экономики усовершенствование акцизного налогообложения имеет особую значимость. В первую очередь, обусловлено это тем, что акцизы оказывают непосредственное влияние как на социальную сферу, так и на экономическую.

Особая роль акцизов заключается в том, что они являются удобным регулятором государства на спрос в отношении отдельных групп товаров [8]. Государство с помощью акцизного налогообложения воздействует на экономические процессы. Следовательно, для улучшения экономической ситуации необходимо осуществить поиск путей усовершенствования системы налогообложения в сфере акцизов.

Акцизом облагается производство товаров, потребление которых либо наносит прямой вред здоровью граждан, либо наносит косвенный вред здоровью граждан через порчу окружающей среды.

Любые операции с бухгалтерским учётом подакцизных товаров необходимо отмечать соответствующим образом в счёт-фактуре [6].

Пиво, как алкогольный напиток, отнесен к подакцизным товарам в соответствии со ст. 181 НК РФ. В соответствии со ст. 193 НК РФ в 2023 г. пиво, которое обладает нормативным содержанием объёмной доли этилового спирта свыше 0,5% и до 8,6%, подлежит акцизному налогообложению в размере 25 р. за 1 л.

Также в 2022 г. пиво, которое обладает нормативным содержанием объёмной доли этилового спирта свыше 8,6%, подлежит акцизному налогообложению в размере 47 р. за 1 л. В свою очередь, пиво с нормативным содержанием объёмной доли этилового спирта до 0,5% включительно не облагается акцизами в соответствии со ст. 193 НК РФ, что мы считаем неправильным решением.

Стоит отметить, что по 2025 г. включительно в соответствии со ст. 193 НК РФ индексация акцизов на пивоваренную продукцию с нормативным содержанием объёмной доли этилового спирта свыше 0,5% и до 8,6% составит увеличение на 1 р. за каждый последующий год. На пивоваренную продукцию с нормативным содержанием объёмной доли этилового спирта свыше 8,6% на 2 р. за каждый год [1]. Равномерная индексация акцизных ставок оценивается положительно. Величина акциза на алкогольную продукцию обусловлена множеством факторов, к числу которых можно отнести налоговые вычеты, налоговую базу, а также виды облагаемой продукции. Акциз на этиловый спирт признан наиболее значимым среди других налогов [3].

Если рассматривать деятельность экономических субъектов, выпускающих алкогольную продукцию, то согласно сведениям федеральной налоговой службы в среднем каждому из них были начислены акцизы в сумме 70—74,0% от общей суммы всех налогов и сборов за 2022 г.

В свою очередь, это непосредственно может оказать негативное влияние на финансовый результат, так как уплата акцизов и прочих налогов является существенным обременением финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов. Ведь, согласно законодательству, предприятие, осуществляющее деятельность по производству или реализации подакцизного товара, признаётся плательщиком акциза в бюджет. Хозяйствующим субъектам, применяющим общую систему налогообложения необходимо осуществлять выплаты большого количества налогов. Это приводит к трудностям их исчисления. Для многих хозяйствующих субъектов большое число взимаемых налогов может в последующем стать поводом остановки своей экономической деятельности.

Стоит отметить, что в системе налогообложения важное место отведено акцизам именно на алкогольную продукцию [5]. Учитывая приносимый вред здоровью людей, государство вынуждено контролировать спрос на алкогольную продукцию, повышая акцизные ставки, которые включаясь непосредственно в цену товара, способствуют её увеличению. Но подобная борьба государства с пьянством населения порождает определённые существенные проблемы.

Постоянное увеличение ставок на подакцизную продукцию в целом ведёт к негативным последствиям, поскольку возрастает количество предприятий, желающих уклониться от уплаты налогов. Речь идёт о так называемом теневом секторе экономики. По нашему мнению, до тех пор, пока будет сохранена прямая пропорциональность в зависимости между ростом ставки акциза и количеством предприятий, стремящихся уйти от уплаты налогов, налоговое регулирование акцизов будет оставаться малоэффективным.

Также рост акцизных ставок отрицательно влияет на качество производимой продукции. Для контроля предприятий, занятых в сфере производства алкогольной продукции это особенно актуально [2]. В первую очередь, обусловлено это тем, что значительно возрастает количество нелегального алкоголя. Следовательно, уменьшится число поступлений в бюджет, а потребление алкогольной продукции подпольного качества может быть опасно для здоровья населения. При установлении налогов должны быть определены все элементы налогообложения [1].

Чтобы избежать увеличения задолженностей со стороны хозяйствующих субъектов, занятых в алкогольной промышленности, фискальным органам необходимо разработать наиболее продуктивный курс осуществления контроля над соблюдением законодательства в отношении администрирования акцизов.

Достаточно много изменений произошло в акцизном налогообложении начиная с 2022 г.

Изменения касаются и разных аспектов взимания акцизного налога. Здесь вам и увеличение размера ставок акцизного налога, и изменение правил уплаты розничного акциза, и введение нового вида санкций, и т.п.

В феврале 2022 г. эксперты Института Гайдара приступили к проведению сценарного анализа изменения акцизного налогообложения алкогольной продукции в России в рамках договора с Ассоциацией производителей пива.

Основной целью исследования было обозначено определение подходов к установлению социально и экономически обоснованного уровня акцизных ставок на пиво, водку и вино на период до 2025 г.

Эксперты выделили следующие этапы работы:

1. Влияние пандемии на производство алкогольной продукции: предварительные оценки.

2. Прогноз основных параметров социально-экономического развития России на период до 2025 г.

3. Сценарное моделирование изменения акцизных ставок на рассматриваемые виды алкогольной продукции до 2025 г. на объёмы производства отрасли (с выделением доли крупного бизнеса и МСП):

Базовый сценарий — сохранение действующего акцизного режима (обложение согласно определенным в НК РФ ставкам до 2024 г. включительно и с увеличением ставок на прогнозную инфляцию для 2025 г.);

Стресс-сценарий — индексация ставок акцизов с учетом «реальной» инфляции. Данный сценарий предполагает индексацию ставок акцизов на алкогольную продукцию на 2023 г. с учетом накопленной («неучтенной») инфляции 2021—2022 гг. и на 2024—2025 гг. согласно прогнозируемой инфляции;

Оптимальный сценарий — заморозка акцизных ставок на все виды алкогольной продукции на 2023 г. на уровне 2022 г. с последующей индексацией по прогнозируемой инфляции.

4. Оценка последствий реализации рассматриваемых сценариев изменения акцизного налогообложения для алкогольной отрасли и смежных ей поставщиков и продавцов (дистрибуционной сети) посредством прогнозирования показателей изменения выпуска (объема производства), занятости (среднесписочной численности работников), уплачиваемых налогов (с выделением НДС и акцизов).

По результатам данного исследования и принимая во внимание социально-экономическую ситуацию в стране президент России Владимир Путин подписал закон, устанавливающий ставки акцизов на 2024—2026 гг. В следующем году акцизы на

большинство подакцизных товаров будут проиндексированы на 5% вместо ранее запланированных 4%.

Закон вносит комплексные изменения в Налоговый кодекс в целях реализации отдельных положений основных направлений налоговой политики. При этом он предусматривает индексацию ставок акцизов на 5% в 2024 г., на 4% — в 2025 г. и на 4% — в 2026 г. Ставки индексируются в соответствии с ожидаемыми уровнями инфляции на эти годы.

В итоге акциз на крепкий алкоголь в 2024 г. составит 643 р. за литр безводного этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. В результате дальнейшей индексации на 4% в 2025 г. акциз увеличится до 669 р., в 2026 г. — до 696 р. На алкогольную продукцию крепостью до 9% акциз в 2024 г. составит 514 р. за литр безводного этилового спирта, в 2025 г. увеличится до 535 р., в 2026 г. — до 556 р. На вино, сусло и виноматериалы акциз вырастет до 36 р., 37 р. и 38 р. за литр соответственно; на винные напитки и игристые вина, включая шампанское — до 47 р., 49 р. и 51 р.

Для пива крепостью свыше 0,5% и до 8,6%, сидра, пуаре, медовухи акциз в 2024 г. составит 26 р. за литр, в 2025 г. — 27 р., в 2026 г. — 28 р. Для более крепкого пива акциз на 2024 г. предусмотрен в размере 49 р., на 2025 г. — 51 р., на 2026 г. — 53 р. за литр [9].

Помимо этого, в 2023 г. введена новая санкция в случае нарушения сроков уплаты в бюджет акцизного налога производителями алкогольных напитков при приобретении марок акцизного налога.

За это налагается штраф в размере 10% от суммы акцизного налога. При умышленной неуплате штраф возрастет до 25%.

Также в текущем году увеличен перечень товаров, не подлежащих маркировке. К таким товарам отнесены обычные (неигристые) вина и сброженные напитки ряда товарных позиций, все — до 15 градусов крепости, а также импортные тестовые образцы алкоголя, которые не предназначены для розничной продажи.

Кроме того, срок получения акцизных марок сокращен с 5 до 3 рабочих дней.

Что касается самых актуальных изменений, то 1 июля 2023. в Российской Федерации введен совершенно новый акциз на сладкие напитки. Его размер составляет 7 р. за 1 литр.

Под данный вид акциза попали безалкогольные напитки, произведенные с добавлением сахара или иных подслащивающих веществ, количество углеводов в пищевой ценности которых составляет более 5 граммов на 100 мл. Речь идет о продукции, которая упакована в потребительскую тару. Акциз не будет взиматься с напитков, изготовленных и упакованных организациями и ИП, оказывающими услуги в сфере общественного питания [10].

В ходе данного исследования авторы выяснили, что система акцизного налогообложения является недостаточно продуктивной и совершенной. Для решения данной проблемы на федеральном уровне нами предложены следующие рекомендации:

- уменьшить количество продукции, произведённой нелегальным путём;
- продолжать равномерную индексацию акцизных ставок;
- усилить борьбу с подпольными рынками сбыта продукции, относящейся к подакцизной.

Пресечение теневого алкогольного бизнеса является непростой задачей, поскольку в нём задействованы огромные суммы денежных средств. Но, в свою очередь это может стать существенным источником пополнения государственного бюджета. Ежегодно от 200 млрд р. до 250 млрд р. составляет в совокупности сумма неуплаченного в бюджет акциза в алкогольной отрасли производства. Также обороты подпольной алкогольной продукции в настоящее время насчитывают объём примерно в 1,5 млрд л.

Также существенной проблемой является то, что с повышением акцизных ставок на алкогольную продукцию, нам удалось определить перечень товаров, которые не облагаются акцизным налогообложением, но население использует данную продукцию

в качестве заменителя алкогольной продукции. К подобным товарам следует отнести аптечные спиртосодержащие настойки. Мы считаем, что данную продукцию необходимо включить в подакцизную. Несмотря на принимаемые многочисленные административные меры в виде лицензирования, а также контроля низшего предела розничных цен и введения акцизных марок данная проблема так и не была решена.

Также следует внести определённые изменения в сфере акцизного налогообложения такого товара, как пиво, акцизы на которое играют важную роль по сравнению с другими акцизами на алкогольную продукцию. Расчёт акцизной ставки на пиво осуществляется традиционно, а именно в зависимости от объёма реализованной продукции [4]. Также чем выше крепость алкогольного напитка, тем выше акцизная ставка. Данная система применяется не только в России, но и за рубежом, например, в Швеции. Стоит отметить, что российская система акцизного налогообложения схожа по ключевым подакцизным товарам с зарубежной системой, но всё же есть отличия. Так, например, в ряде зарубежных стран можно встретить в списках подакцизных товаров минеральную воду, кондитерские изделия, а также электроэнергию.

Авторы считают, что в перечень к подакцизной продукции следует отнести безалкогольное пиво. В первую очередь, это связано с тем, что доля этилового спирта все равно имеется в составе безалкогольного пива. Поскольку в безалкогольном пиве содержится доля этилового спирта до 0,5% включительно, и она отлична от нуля, данная продукция в обязательном порядке должна быть включена в перечень подакцизной продукции, ведь от обычного пива безалкогольное ничем не отличается. Данная мера положительно повлияет на увеличение доходов государственного бюджета.

На данный момент в РФ наблюдается нестабильность механизма акцизного налогообложения, поскольку акцизы в основном выполняют фискальную функцию, а регулирующая функция акцизов реализована не полностью. Данная особенность отражается в налоговых поступлениях в бюджетную систему России.

Можно с уверенностью утверждать, что современный круг положений, относящихся к вопросам администрирования акцизов алкогольной промышленности, нуждается в законодательном расширении, а также закреплении. Государство должно активно регулировать, а также контролировать рынок алкогольной продукции. Необходимо вводить меры для ликвидации теневого бизнеса.

Стоит найти золотую середину, при которой незаконное производство алкогольной продукции снизится, и одновременно с этим в бюджет будут поступать доходы от уплаченных акцизов. Совершенствование акцизного налогообложения алкогольной продукции признано одной из важнейших целей государства.

Список использованных источников и литературы

1. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс Российской Федерации : часть вторая : НК : текст с изменениями и дополнениями на 29 мая 2023 года : [принят Государственной думой 19 июля 2000 года : одобрен Советом Федерации 26 июля 2000 года] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997— . — Загл. с титул. экрана.

2. Баснукаев, М. Ш. Акцизы и направления совершенствования акцизного налогообложения / М. Ш. Баснукаев // Экономика и предпринимательство. — 2021. — № 1(126). — С. 339—343.

3. Зацаринная, Е. И. Налогообложение субъектов малого бизнеса : учебное пособие для вузов / Е. И. Зацаринная, О. Н. Тарасова, Н. А. Проданова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 174 с.

4. Карпов, Е. К. Акцизы, общая Характеристика и роль в формировании федерального бюджета / Е. К. Карпов // Вестник Димитровградского инженерно-технологического института. — 2022. — № 2(27). — С. 19—28.

5. Львова, М. В. Акцизы, их роль в доходах бюджетов / М. В. Львова, Н. З. Зотиков, О. И. Арланова // Вестник евразийской науки. — 2019. — Т. 11, № 2. — С. 34.

6. Налоги и налогообложение : учебник для вузов / Л. Я. Маршавина [и др.] ; под редакцией Л. Я. Маршавиной, Л. А. Чайковской, Г. Н. Семеновой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 526 с.

7. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для вузов / Г. Б. Поляк [и др.] ; ответственные редакторы Г. Б. Поляк, Е. Е. Смирнова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 433 с.

8. Черник, Д. Г. Налоговая политика государства : учебник для вузов / Д. Г. Черник, Ю. Д. Шмелев, М. В. Типалина ; под редакцией Д. Г. Черника. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 471 с.

9. Справочная информация: «Налоговые ставки по акцизам на подакцизные товары». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52453/b3010a1592682e8c0ee69d7abbe4d65a8107e5d1/

10. РФ с 1 июля 2023г вводит акциз на сладкие напитки в 7 руб. за 1 литр. URL: <https://www.interfax.ru/russia/909683>.



ТРЕБОВАНИЕ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

Статья, направляемая в журнал «Первый экономический журнал», прежнее название - «БЮЛЛЕТЕНЬ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФОРМАЦИИ» (БТИ) **ISSN 2072-8115**, предоставляется в электронном виде в текстовом редакторе Microsoft Word по e-mail: VAK-info@yandex.ru

Файл с текстом статьи должен иметь расширение *.doc или *.docx. Разметка страницы: поля со всех сторон 2 см, ориентация книжная, формат А4. Текст набирается шрифтом Times New Roman, размер (кегель) 14, абзацный отступ 1,25 см, межстрочный интервал полуторный с использованием автоматической расстановки переносов. Аннотация (от 100 до 150 слов); ключевые слова на русском языке (от 8 до 15 слов). Название статьи, аннотация, ключевые слова, сведения об авторах должны быть переведены на английский язык.

Исключить громоздкие цифровые и формульные таблицы, а также рисунки, более, чем на 0,5 страницы. Все таблицы и рисунки должны быть в тексте, подписаны, ссылки на них по тексту обязательны.

Список использованной литературы составляется по алфавиту в конце статьи в соответствии с ГОСТ. Источников литературы не менее 10, не более 15 источников. Ссылки на литературу в тексте отмечаются арабскими цифрами в квадратных скобках.

В статье должны быть указаны следующие сведения о каждом авторе: фамилия, имя, отчество (полностью); место работы и должность; ученая степень; домашний адрес (если необходимо почтовый экземпляр); контактный телефон; адрес электронной почты. Название ВУЗов полностью, без сокращений.

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

<http://nauka-vak.ru/wp-content/uploads/2022/07/Пример-оформления-статьи-БТИ.doc>

ISSN 2782-5183



9 772782 518004 >

ООО «Издательство «Манускрипт»

Подписано в печать 10.10.2023г. Форм 60 x 90 1/8.

Цена договорная. Объем 11,56 п.л. Тираж 300 экз.

г. Ростов-на-Дону