

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ВЕСТНИК

**РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)**

№ 2 (66), ИЮНЬ, 2019

V E S T N I K

OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)

№ 2 (66), JUNE, 2019

**РОСТОВ-НА-ДОНУ
2019**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 2 (66), ИЮНЬ, 2019

Научно-практический журнал.
Издается с 1996 года.
Периодичность — 4 номера в год.
№ 2 (66), 2019

Журнал «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» включен в «Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук» (http://vak.ed.gov.ru/ru/help_desk/list).

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия от 14.10.2005 ПИ № ФС77-22006.

Подписной индекс 94061 (на год)
в каталоге «Пресса России»
или на сайте www.arpk.org.

Международный стандартный номер
сериального издания:
ISSN 1991–0533

Адрес редакции журнала:
344002, Ростов-на-Дону,
ул. Б. Садовая, 69, к. 337.
Тел. (863) 237–02–75.
E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

© Ростовский государственный
экономический университет
(РИНХ), 2019

Главный редактор
Заслуженный деятель науки
Российской Федерации,
доктор экономических наук, профессор

Альбеков Адам Умарович

Заместитель главного редактора
доктор экономических наук, профессор
Вовченко Наталья Геннадьевна

Ответственный секретарь
доктор экономических наук, доцент
Пархоменко Татьяна Валерьевна

Рукописи представляются в редакцию в электронном виде (на диске или по электронной почте vestnik.rsue@mail.ru). Редакция в обязательном порядке осуществляет экспертную оценку (рецензирование, научное и стилистическое редактирование) всех материалов, публикуемых в журнале.

Ознакомиться с требованиями к оформлению материалов можно на сайте журнала: <http://rsue.ru/podrazdelenie.aspx?id=702>.

Мнение редакции и членов редакционной коллегии может не совпадать с точкой зрения авторов публикации.

Ответственность за содержание публикаций и достоверность фактов несут авторы материалов.

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGH EDUCATION
OF RUSSIAN FEDERATION

VESTNIK

OF ROSTOV STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)

№ 2 (66), JUNE, 2019

Scientifically-practical journal.
First published in 1996.
Periodical — 4 issues per year.
№ 2 (66), 2019

Journal «Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH)» is included in «List of Russian peer-reviewed scientific journals, which should be published by major scientific results of theses for degree of doctor and candidate of sciences» (http://vak.ed.gov.ru/ru/help_desk/list).

Edition is registered in Federal service of control for keeping legitimation in sphere of mass communication and defence of heritage since the 14.10.2005 PI № FS77–22006.

Index 94061 (for one year)
in catalog «The Russian Press»
or online at www.arpk.org.

International Standard Serial Number:
ISSN 1991–0533

Publishing address of the journal:
344002, Rostov-on-Don,
B. Sadovaya st., 69, room 337.
Tel. (863) 237–02–75.
E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

© Rostov State
University of Economics
(RINH), 2019

Editor-in-Chief

Honored Worker of Science
of Russian Federation,
Ph. D. in Economics, professor

Albekov Adam Umarovich

Deputy Editor-in-Chief

Ph. D. in Economics, professor

Vovchenko Natalia Gennadievna

Executive Secretary

Ph. D. in Economics, associate professor

Parkhomenko Tatiana Valerievna

Received manuscripts available in electronic form (on disk or by e-mail: vestnik.rsue@mail.ru). Editorial compulsorily provides expert assessment (peer review, scientific and stylistic editing) of all materials published in journal.

Review the requirements for materials on site of journal: <http://rsue.ru/podrazdelenie.aspx?id=702>.

Opinion of editorial and board members do not necessarily reflect the views of the authors of the publication.

Responsibility for content of publications and reliability of facts carried by authors of materials.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ СОВЕТ

Де Ла Роберти Катерин Сарландин — ректор, руководитель набора S2IE «Международная стратегия и экономическая безопасность», директор лаборатории SEE, профессор факультета управления и экономики предприятия Парижского университета Сорбонны Пантеона I, г. Париж, Франция.

Ханаппи Харди — д. э. н., профессор экономического факультета Венского технического университета, г. Вена, Австрия.

Глушек Ярослав — кандидат наук, почетный доктор, профессор, ректор Университета имени Грегора Менделя, г. Брно, Чешская Республика.

Таше Иллеана — д. э. н., профессор факультета экономических наук Трансильванского университета, г. Брашов, Румыния.

Рупейка-Апога Рамона — д. э. н., профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета бизнеса, управления и экономики Университета Латвии, г. Рига, Латвия.

Талассинос Элифтериос Яннис — д. э. н., ученая степень Университета Иллинойса, профессор экономического факультета Университета Пирея, Президент международной ассоциации стратегического управления, редактор журнала ERSJ, IJEB & IJMTI, г. Пирей, Греция.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Бондаренко Виктория Андреевна — д. э. н., доцент, заведующий кафедрой маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

Гиссин Виталий Исаевич — д. э. н., профессор, заведующий кафедрой товароведения и управления качеством Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

Кузнецов Николай Геннадьевич — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, заведующий кафедрой экономической теории Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

Механцева Карина Феликсовна — д. э. н., доцент, профессор кафедры товароведения и управления качеством Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

Морковина Светлана Сергеевна — д. э. н., профессор, эксперт Агентства инноваций и развития экономических и социальных проектов, проректор по науке и инновациям, заведующий кафедрой менеджмента и экономики предпринимательства Воронежского государственного лесотехнического университета имени Г. Ф. Морозова, г. Воронеж.

Ниворожкина Людмила Ивановна — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, заведующий кафедрой математической статистики, эконометрики и актуарных расчетов Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

Максимцев Игорь Анатольевич — д. э. н., профессор, академик Российской академии естественных наук, академик Международной академии наук высшей школы, почетный доктор Бухарестской экономической академии, ректор Санкт-Петербургского государственного экономического университета, г. Санкт-Петербург.

Пономарёва Марина Анатолиевна — д. э. н., доцент, профессор кафедры экономики региона, отраслей и предприятий Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

Эскиндаров Михаил Абдурахманович — д. э. н., ректор Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, профессор, член-корреспондент Российской академии образования.

INTERNATIONAL EDITORIAL COUNCIL

De La Robertie Catherine Sarlandie — Rector, Director master of S2IE International strategy and intelligence economic, Director laboratories of SEE, Professor of Universities management and Economy of enterprise Parisian Pantheon Sorbonne University I, Paris, France.

Hanappi Hardy — Dr., Univ. Prof., Vienna University of Technology, Economics Department, Faculty Member, Austria.

Hlušek Jaroslav — Prof. Ing., CSc., dr. h. c., Mendel University in Brno, Czech Republic.

Tache Ileana — Professor, Ph. D., Transylvania University of Brasov, Faculty of Economic Sciences, Romania.

Rupeika-Apoga Ramona — Professor, Dr. Chair, Department of Finance and Accounting Faculty of Business, Management and Economics University of Latvia, Latvia.

Thalassinos Eleftherios Ioannis — Ph. D. University of Illinois, Professor, Department of Economics, University of Piraeus, President of International Strategic Management Association (ISMA), Director of Master of Science, Department of Maritime Studies, Editor ERSJ, IJBA & IJMTEI, European Chair Jean Monnet in EMU, School of Maritime & Industry, Greece.

EDITORIAL COUNCIL

Bondarenko Victoria Andreevna — Ph. D. in Economics, associate professor, head of department Marketing and advertising of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

Gissin Vitaliy Isayevich — Ph. D. in Economics, professor, head of department Merchandizing and quality management of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

Kuznetsov Nikolay Gennadyevich — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, head of department of economic theory of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

Mekhantseva Karina Pheliksovna — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of Merchandizing and Quality Management department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

Morkovina Svetlana Sergeevna — Ph. D. in Economics, professor, expert of Agency of innovations and development of economic and social projects, vice-rector of science and innovations, manager of department of management and economy of an entrepreneurship of Voronezh State Timber University named by G. F. Morozov, Voronezh.

Nivorozhkina Lyudmila Ivanovna — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, head of department Mathematical statistics, econometrics and actuarial calculations of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

Maksimtsev Igor Anatolyevich — Ph. D. in Economics, professor, academician of Russian Academy of Natural Sciences, academician of International academy of Sciences of higher school, honorable doctor of Bucharest Economic Academy, rector of St. Petersburg State Economic University.

Ponomariova Marina Anatoliyevna — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of department of Economy of Region, Industries and Enterprises department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

Eskindarov Mikhail Abdurakhmanovich — Ph. D. in Economics, rector of Financial University under Government of Russian Federation, professor, corresponding member of Russian Academy of Education.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

- Батищева Галина Андреевна** — д. э. н., доцент, профессор кафедры фундаментальной и прикладной математики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Боровская Марина Александровна** — д. э. н., профессор, заместитель министра науки и высшего образования Российской Федерации.
- Брелик Агнешка** — д. э. н., экономический факультет Западно-померанского технологического университета, г. Щецин, Польша.
- Буркальцева Диана Дмитриевна** — д. э. н., доцент, профессор кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и управления Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского, г. Симферополь.
- Вертакова Юлия Владимировна** — д. э. н., профессор, заведующий кафедрой региональной экономики и менеджмента Юго-Западного государственного университета, г. Курск.
- Гарнов Андрей Петрович** — д. э. н., профессор, заведующий кафедрой экономики и организации производства Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, г. Москва.
- Димитриади Николай Ахиллесович** — д. э. н., д. м. н., профессор кафедры общего и стратегического менеджмента Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Золотарёв Владимир Семёнович** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, профессор кафедры финансового менеджмента Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Усенко Людмила Николаевна** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, заведующий кафедрой анализа хозяйственной деятельности и прогнозирования Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Халын Виктор Геннадьевич** — к. э. н., депутат Законодательного Собрания Ростовской области VI созыва.
- Шеховцов Роман Викторович** — д. э. н., доцент, заместитель министра экономического развития Ростовской области Правительства Ростовской области, г. Ростов-на-Дону.
- Шимов Владимир Николаевич** — д. э. н., профессор, ректор Белорусского государственного экономического университета, г. Минск, Республика Беларусь.

EDITORIAL BOARD

- Batishcheva Galina Andreevna** — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of department of fundamental and applied mathematics of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Borovskaya Marina Aleksandrovna** — Ph. D. in Economics, Professor, Deputy minister of science and higher education of Russian Federation.
- Brelik Agnieszka** — Ph. D., Faculty of Economics, West Pomeranian University of Technology in Szczecin, Poland.
- Burkaltseva Diana Dmitriyevna** — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of department of finance of enterprises and insurance of Institute of economy and management of Crimean federal university named by V. I. Vernadskiy, Simferopol.
- Vertakova Yulia Vladimirovna** — Ph. D. in Economics, professor of managing department of regional economy and management of Southwest State University, Kursk.
- Garnov Andrey Petrovich** — Ph. D. in Economics, professor, department chair Economy and production organization of Plekhanov Russian University of Economics, Moscow.
- Dimitriadi Nikolay Akhillesovich** — Ph. D. in Economics, doctor of medical sciences, professor of department of general and strategic management of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Zolotariov Vladimir Semionovich** — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, professor of Financial management department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Usenko Lyudmila Nikolaevna** — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, head of department of analysis of business activities and forecasting of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Halyn Viktor Gennadyevich** — Ph. D. in Economics, Deputy of Legislative Assembly of Rostov region of the VI convocation.
- Shekhovtsov Roman Viktorovich** — Ph. D. in Economics, associate professor, Deputy Minister of Economic Development of Governments of Rostov region, Rostov-on-Don.
- Shimov Vladimir Nikolaevich** — Ph. D. in Economics, professor, rector of Belarusian State Economic University, Minsk, Republic of Belarus.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 2 (66), ИЮНЬ, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. Управление экономическими системами _____	12	<i>Миронова О. А.</i>	Трансформация маркетинговых инструментов в условиях цифровизации экономики и формирования потребительских предпочтений поколения Z	60
<i>Альбеков А. У., Пархоменко Т. В., Полуботко А. А.</i>		<i>Пржедецкий Ю. В., Пржедецкая Н. В., Борзенко К. В.</i>	Развитие государственно-частного партнерства в условиях цифровой экономики: проблемы и перспективы на примере онкологической службы	72
Логистическое развитие зеленой энергетики в экономике России	12	<i>Сковороднева Е. В.</i>	Логистические стратегии, применяемые предприятием дорожного строительства: сущность, виды, особенности разработки в условиях цифровой экономики	77
<i>Андропова И. В., Соколан Д. С.</i>		<i>Череповская Н. А., Трифонов И. В.</i>	Показатели измерения степени внедрения «Индустрии 4.0»	85
Ведущие экономики Евроспейского союза под давлением прямых китайских инвестиций	19			
<i>Гиссин В. И., Левицкая А. С., Суржиков М. А.</i>				
Подходы к выбору способов контроля качества грузов в транспортно-логистических процессах	26			
<i>Кобилев А. Г., Розин М. Д., Свечкарёв В. П., Малюга А. Л.</i>				
Модели управления интеграционными проектами на основе точек роста субъектов Южного федерального округа	36			
<i>Копылова Ю. В.</i>				
Анализ этапов стратегического планирования развития региона	42			
<i>Кузнецов Н. Г., Тяглов С. Г., Пономарёва М. А., Родионова Н. Д.</i>				
Анализ инструментов и методов оценки экономической эффективности внедрения наилучших доступных технологий	50			
		РАЗДЕЛ 2. Экономика и предпринимательство _____		92
		<i>Барсуков А. П.</i>	Трансформация цепочек создания ценности на основе внедрения цифровых технологий	92

<i>Бондаренко В. А., Попов М. В.</i> Исследование потребительского спроса в сегменте потенциальных потребителей игрового контента	105	РАЗДЕЛ 3. Финансово-кредитные отношения и бухгалтерский учет _____	161
<i>Иванченко О. В.</i> Исследовательская инфраструктура маркетинга отношений в выставочном бизнесе на основе потребительских инсайтов	114	<i>Богданов Д. В., Шапиро И. Е.</i> Проблемы развития цифровых технологий банковской системы в России	161
<i>Кейванова Е. В.</i> Социально ориентированная логистическая реконфигурация модели рынка железнодорожных пассажирских перевозок	119	<i>Грицунова С. В., Седых Ю. А.</i> Продовольственная безопасность: эволюция понятия	166
<i>Костоглодов Д. Д., Емельяненко И. С.</i> Детерминирование основных тенденций современной розничной торговли в России	126	<i>Демьяненко Э. Ю., Смертина Е. Н.</i> Особенности учета текущих обязательств на стадии конкурсного производства в процедуре банкротства	170
<i>Ларионов В. А.</i> Маркетинговые мероприятия в функционировании предприятий гостинично-туристского комплекса	136	<i>Ермоленко О. Д., Богданова Р. М.</i> Формирование организационно- экономического механизма повышения эффективности в виноградно-винодельческом подкомплексе АПК России	177
<i>Перов Г. О.</i> Особенности формирования экономической системы «умных городов»	141	<i>Потокина Е. С.</i> Совершенствование управленческого учета в холдинговых структурах	185
<i>Тяглов С. Г., Коноваленков С. В.</i> Концепция экспресс-оценки устойчивого развития региона	147	<i>Суржикова Е. М.</i> Состояние региональных рынков страхования в Российской Федерации	192
<i>Чумаков А. А., Баева В. Д.</i> Трансформация институтов государственного управления как механизм детенизации рынка труда	154	<i>Шароватова Е. А., Ноздрачёва Е. В.</i> Современные требования к компетенциям специалистов в области учета на рынке профессиональных услуг	197
		НАШИ АВТОРЫ _____	206

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGH EDUCATION
OF RUSSIAN FEDERATION

VESTNIK
OF ROSTOV STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)
№ 2 (66), JUNE, 2019

CONTENT

SECTION 1. Management of economic systems _____	12		
<i>Albekov A. U., Parkhomenko T. V., Polubotko A. A.</i>			
Logistic development of green energy in economy of Russia	12		
<i>Andronova I. V., Sokolan D. S.</i>			
Leading economics of European Union under the pressure of Chinese direct investments	19		
<i>Gissin V. I., Levitskaya A. S., Surzhikov M. A.</i>			
Approaches to choice of ways to control the quality of goods in transport and logistics processes	26		
<i>Kobilev A. G., Rozin M. D., Svechkariov V. P., Malyuga A. L.</i>			
Management models for integration projects based on growth points of constituent entities of Southern federal district	36		
<i>Kopylova Yu. V.</i>			
Analysis of stages of strategic planning of regions development	42		
<i>Kuznetsov N. G., Tyaglov S. G., Ponomariova M. A., Rodionova N. D.</i>			
Analysis of tools and methods of evaluating the economic efficiency of best available techniques' promotion	50		
		<i>Mironova O. A.</i>	
		Transformation of marketing tools in context of digitalization of economy and formation of consumer preferences of Generation Z	60
		<i>Przhedetskiy Yu. V., Przhedetskaya N. V., Borzhenko K. V.</i>	
		Development of public-private partnership in digital economy: problems and prospects on example of oncological service	72
		<i>Skovorodneva E. V.</i>	
		Logistic strategies applied in road construction: essence, types, features of development in conditions of digital economy	77
		<i>Cherepovskaya N. A., Trifonov I. V.</i>	
		Indicators to measure the degree of implementation of «Industry 4.0»	85
		SECTION 2. Economics and business _____	92
		<i>Barsukov A. P.</i>	
		Transformation of value chains through the introduction of digital technology	92

<i>Bondarenko V. A., Popov M. V.</i> Research of consumer demand in segment of potential consumers of game content	105	SECTION 3. Financial-credit relations and accounting _____ 161
<i>Ivanchenko O. V.</i> Research infrastructure of relationship marketing in exhibition business based on consumer insights	114	<i>Bogdanov D. V., Shapiro I. E.</i> Problems of development of digital technologies in banking system of Russia
<i>Keyvanova E. V.</i> Socially oriented logistic reconfiguration of market model for passenger railway transportation	119	161
<i>Kostoglodov D. D., Yemelyanenko I. S.</i> Determining the main trends of modern retail trade in Russia	126	<i>Gritsunova S. V., Sedykh Yu. A.</i> Food security: evolution of concept
<i>Larionov V. A.</i> Marketing actions in functioning of enterprises of hotel and tourist complex	136	166
<i>Perov G. O.</i> Features of formation of economic system «smart cities»	141	<i>Demyanenko E. Yu., Smertina E. N.</i> Features of accounting of current obligations at the stage of bankruptcy proceedings in procedure of bankruptcy
<i>Tyaglov S. G., Konovalenkov S. V.</i> Concept of express evaluation of sustainable development of region	147	170
<i>Chumakov A. A., Baeva V. D.</i> Transformation of institutions of public administration as mechanism of legalization of labor market	154	<i>Ermolenko O. D., Bogdanova R. M.</i> Formation of organizational and economic mechanism to improve efficiency in grape-wine subcomplex of agroindustrial complex of Russia
		177
		<i>Potokina E. S.</i> Modernization of electronic data processing for holding companies
		185
		<i>Surzhikova E. M.</i> Condition of regional insurance markets in Russian Federation
		192
		<i>Sharovatova E. A., Nozdrachiova E. V.</i> Modern requirements to competence of specialists in field of accounting in market of professional services
		197
		OUR AUTHORS _____ 206

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

А. У. Альбеков, Т. В. Пархоменко, А. А. Полуботко

ЛОГИСТИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ЗЕЛЕННОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Аннотация

В статье представлены аргументы в пользу внедрения возобновляемых источников генерации; проанализированы перспективы развития экологически чистых стандартов в Российской Федерации; охарактеризованы преимущества внедрения инновационных решений в зеленой энергетике, способствующих уменьшению негативного загрязнения окружающей среды, истощению природных ресурсов и повышению конкурентоспособности экономики за счет сокращения зависимости от углеродного сырья.

Ключевые слова

Логистика, зеленая энергетика, экономика, электроэнергетический комплекс.

A. U. Albekov, T. V. Parkhomenko, A. A. Polubotko

LOGISTIC DEVELOPMENT OF GREEN ENERGY IN ECONOMY OF RUSSIA

Annotation

Article presents the arguments in favor of introduction of renewable sources of generation; analyzed the prospects for development of environmentally friendly standards in Russian Federation; advantages of introducing innovative solutions in green energy that reduce negative environmental pollution, deplete natural resources and increase the competitiveness of economy by reducing dependence on carbon raw materials are described.

Keywords

Logistics, green energy, economy, electric power complex.

Введение

В мировом сообществе, за последние десятилетия привыкшем к энергозависимости, на современном уровне развития интеграционных технологий, энергетика является основополагающей, фундаментальной отраслью, обеспечивающей производственные процессы всех иных отраслей народного хозяйства любого государства. Электроэнергетический комплекс имеет универсальное межотраслевое стратегическое значение, формируя бесперебойное функционирование базовых секторов разви-

тия национальной экономики, а в данный момент, стремясь развивать отечественный производственный комплекс и сформировать и поддерживать уровень и качество энергоснабжения, экологической и экономической эффективности, необходимо увеличивать результативность деятельности по обслуживанию коммерческого и бытового потребления энергии. Ни одна экономическая доктрина не имеет столь высокие показатели эффективности, не способна столь глубоко проникнуть в производственные и распределительные процес-

сы, как логистика, поэтому и реализовать механизмы экологической безопасности необходимо именно через зеленую логистику.

Исследуя все возможности нетрадиционной генерации в России, можно признать мнение одного из руководителей по программе развития возобновляемых источников генерации в Европе, который называл Россию «спящим зеленым гигантом». Полагаем, природные ресурсы нашей страны обеспечивают возможность гиганта проснуться, но его пробуждения скоро не случится, он будет еще долго дремать, так как подниматься нет особой причины.

Дискуссия о необходимости внедрения нетрадиционных способов генерации в реальные производственные и бытовые процессы ведется в России и за ее пределами на протяжении последних десятилетий, с каждым годом нарастая, как, впрочем, и количество успешных проектов, реализованных на разных территориях. В данном ракурсе исследования, следуя стремлению представить полноценно научно-прикладное значение и роль логистики в развитии зеленых энергосистем, необходимо оценить плюсы и минусы, которые кроются в разработке данной проблематики, а также определить сложности и проблемные моменты в отношении внедрения возобновляемых источников, с точки зрения логистического подхода.

Сложность, во-первых, состоит в том, что данные технологии достаточно внушительны по единовременным вложениям, поэтому большинство возводимых фондов принято адаптировать к существованию сырьевой зависимости. Во-вторых, следует отметить, что даже при высокой степени износа основных фондов генерирующих мощностей и определенном уровне выбытия мощности генерации они все еще функционируют в большинстве регионов России. База основных фондов, которые были возведены во времена СССР, обеспечи-

вает электроэнергией большую часть территории России. Поэтому, не имея особой необходимости искать более результативные способы генерации, российское общество продолжает потреблять энергию, производимую из угля, нефти и газа. В данный момент региональные производители и сетевые объекты генерации распределения не заинтересованы в замене работающих мощностей на объекты возобновляемой генерации. Недавно была принята новая стратегия развития отрасли до 2035 г. В ней значатся планы нарастить долю капиталовложений в возведение основных фондов альтернативной генерации. Также в документе отмечается, что большинство объектов производства энергии показывает себя экономически эффективно именно на стадии эксплуатации. Однако по причинам, указанным нами ранее, государственные и частные коммерческие структуры предпочитают стабильно долгие годы функционирующие фонды генерации. Но в данный момент речь идет о программах импортозамещения, наращивания производственных объектов в хозяйственном комплексе регионов России. Поэтому именно сейчас внедрение технологий зеленой логистики в процессы электроэнергетического комплекса особенно актуально. В последнее время государственная поддержка стимулирует развитие отраслей хозяйственного комплекса, однако в данном вопросе нужно учитывать ограниченность финансовых ресурсов, которые так необходимы для инвестиции в основные фонды каждой из отраслей хозяйственного комплекса.

Проблематика льготного налогообложения ценообразования в отрасли относительно зеленых технологий достаточно актуальна. Вопросы стоимости электроэнергии, отпускной цены на оптовом и розничном рынках должны соответствовать конкурентным стандартам. При этом роль потребителей, свобода их выбора обеспечивается не в пол-

ной мере. Потенциал нетрадиционной электроэнергетики в России используется не полностью, так как наше государство обладает оптимальными геоклиматическими, ресурсно-сырьевыми и природными возможностями, может обеспечивать свободный выбор генерации. И проекты альтернативной энергетики все-таки появляются в России, поэтому нельзя говорить об отрицании очевидных преимуществ зеленой энергетики российским обществом.

Теоретические, информационные, эмпирические и методологические основы исследования

Очевидна эффективность альтернативных технологий, которые позволяют, благодаря высокому показателю эффективности и низким, можно сказать, минимальным срокам окупаемости, обеспечить электроэнергией определенный сегмент бытовых и производственных, промышленных потребителей.

Развивая экономические, логистические системы на основе альтернативной генерации, можно существенно упрочнить стратегические позиции и перспективы сокращения зависимости от углеродного сырья.

В рамках логистического анализа теоретико-прикладного инструментария основ региональной институционализации зеленой энергетики в экономике нашей страны необходимо отметить саму суть альтернативной генерации, ее экологическую значимость и финансовую эффективность. Она изначально обладает свойствами беспрецедентной результативности, благодаря восполняемости ресурсной базы как таковой природной силы. Такая система производства не потребляет топливо либо может быть гибридной, основанной на сочетании двух видов. Оценивая с логистической точки зрения зеленый эффект экономии, можно отметить, что более 100 тыс. баррелей нефти можно будет сэкономить всего лишь с минимальной производственной мощностью 1 МВт в

течение 20 лет. Сегодня электростанции, получающие электроэнергию на основе ветра, работают по большей части на территории США. В Европе пионерами в области генерации на основе ветра являются Великобритания, Германия, Дания, Испания, Нидерланды и многие другие государства. Необходимо отметить, что данные государства избрали ветровую генерацию в силу определенных причин, так как это стабильный путь для сохранения окружающей среды.

Рассмотрим другие причины, которые не лежат на поверхности:

во-первых, очень низкая стоимость текущих затрат в процессе эксплуатации;

во-вторых, работа электростанции включает минимум обслуживающего персонала, обеспечивающего организационно-управленческие функции;

в-третьих, для технического персонала не требуется специального обучения;

в-четвертых, такие устройства на практике реже подлежат ремонту или замене запасных частей, что в сравнении с дорогостоящими блоками традиционной генерации также выступает существенным плюсом.

Результаты

Непосредственно ветровая активность происходит из-за подогрева лучами солнца земной поверхности, из-за нагрева нижних слоев атмосферы, в результате чего воздушные массы следуют близ поверхности земли и создают атмосферное давление. Следует отметить, используя инструментарий зеленой логистики, что наиболее пригодными территориями для возведения ветровых электростанций или целого ветропарка являются береговые линии, территории, непосредственно приближенные к зоне около 10–12 км от береговой линии. Это происходит вследствие того, что здесь в большей мере осуществляется перепад температур, а также ветер,

который усиливается в зависимости от морской погоды.

Необходимо отметить, что генерация на основе ветра появилась еще в древнем Вавилоне. Там в третьем тысячелетии до нашей эры на основе ветра были разработаны ветряные мельницы — первые в своем роде устройства, позволяющие производить энергию и перемалывать зерно.

Следует подчеркнуть, что энергия ветра на протяжении веков привлекала ученых Европы, древнего Китая и других государств. Исследуя альтернативы внедрения возобновляемой генерации, нужно указать на то, что в мире после кризиса 1973 г. общество осознало, какую роль играют ресурсы в развитии территорий. Но можно с точностью отметить, что разработки по использованию нетрадиционной генерации велись в мире и в нашей стране и ранее.

Говорить о том, что ветряные электростанции, пригодные для бесперебойной и качественной генерации, обладают внушительными размерами, больше не стоит. Территории, необходимые для фотоэлектрических и ветровых парков, минимизируются с каждым годом. С точки зрения современной зеленой логистики, ориентироваться на единичные источники производства электроэнергии невозможно, поэтому возведение новых мощностей и монтаж в части реконструкции старых должны быть интересными для использования гибридной генерации. Данную потребность обеспечивает именно непостоянность источника, но существуют на сегодняшний день устройства, которые позволяют результативно сочетать одновременно производство двух и возможно уже более источников энергии, поэтому существует несколько вариантов для генерации с помощью альтернатив естественных природных сил.

Ветровая генерация как результативная технология получила широкое распространение, и сегодня на планете

функционирует более 20 тыс. ветропарков. При этом благодаря массе преимуществ, которые можно получить от естественного восполняемой энергии, увеличиваются плюсы внедрения и ввода в эксплуатацию.

В России долгое время существовали ветряные мельницы, которые являются прототипом ветряных электростанций, ветропарки и фермы развивались и на определенном этапе во времена Советского Союза. Необходимо отметить, что прогресс ветровой генерации, существенный по меркам мировой индустриализации, проявился именно в XX веке, с процессом, ознаменовавшимся выработкой электроэнергии для производственных нужд, на основе которой могли функционировать разнообразные устройства, необходимые в хозяйственной деятельности.

Нужно подчеркнуть, что электростанции, построенные во время первой волны активизации интереса к производству электроэнергии из ветра, отчасти еще до сих пор функционируют, давая энергию и окупившись несколько десятков лет назад.

Касаясь вопроса внедрения инновационных решений альтернативной генерации, отметим, что сроки их окупаемости данных проектов разнятся от одного до пяти лет. При этом существует возможность, но это также связано с ростом единовременных инвестиций, выбора минимального срока окупаемости в районе от одного до трех лет. Естественно, это чистый объект в плане экологии — генерация на основе ветра обеспечивает не только чистоту производственных процессов, но и бесперебойную результативную работу во время передачи энергии, то есть сохранение экологичности воплощается в финансовую выгоду. Точность геолокации при проектировании электростанции позволит получать существенные результаты, но для этого в процесс должны быть вовлечены специальные экс-

пертные службы, разрабатывающие места расположения возводимых мощностей. Где угодно установить такой объект не получится, иначе его экономическая эффективность будет существенно меньшей по сравнению с затратами. Следует отметить, что специализированный анализ требует изучения огромного массива данных, для того чтобы объем генерируемой энергии соответствовал потребностям определенного района, но эффективность от такого решения достаточно высока.

Противники ветровой генерации учитывают еще несколько минусов: на первом месте защитники животных, которые утверждают, что вблизи электростанции погибают под лопастями ветряков большое количество пернатых. Однако и данное мнение легко опровергнуть, обратившись к статистическим данным, которые доказывают, что количество попавших под лопасти ветряков птиц соответствует аналогичному показателю по количеству птиц, погибающих от высоковольтных линий передач, поэтому данный минус можно нивелировать.

В России уже развивается малое предпринимательство в области энергетики. Многие эксперты считают, что реализация изменений должна быть выгодной не только государству в целом, но и бизнесу. Есть мнение, что обладание квотами увеличивает активы компаний, но чтобы эти активы заработали в полную силу, необходимо не просто раздавать квоты для их последующей продажи, а использовать их при заключении инвестиционных соглашений, способствующих энергосбережению и поиску новых источников энергии.

Своевременность изменений, которые в рамках реализации научно обоснованного теоретико-прикладного инструментария зеленой логистики должны быть реализованы без промедлений, определяется как внешними, так и внутренними для российской экономики мо-

тивами, обуславливающими введение высокоэкологических стандартов. Существенную долю в издержках производства и обращения занимают логистические затраты по доведению продукта до конечного потребителя. Поэтому логистика как научно-практическое направление обретает особо важную роль в современных условиях.

Выводы и рекомендации

Нами рекомендуется формирование логистического вектора развития зеленой энергетики как многоступенчатой системы, реализуемой на практике при поддержке следующих подсистем.

1. Выполнение различных мероприятий в процессе электроэнергетического обеспечения, связанного с этапами жизненного цикла генерирующих фондов.

2. Логистическое обеспечение процесса формирования качества поставок электроэнергии от производителя, заканчивая поставками потребителям;

3. Оценка параметров звеньев логистической цепи качества процесса электроснабжения с помощью специального контроля.

4. Поддержание уровня качества сервисного обслуживания в процессе электроснабжения потребителей.

Логистический теоретико-прикладной инструментарий выбора приоритетов экологической защищенности энергорынка можно представить как:

- ранжирование задач для выбора критериев оценки приоритетов экологической защищенности;

- выбор и подтверждение приоритетов экоменеджмента в электроэнергетике, на основе экологического мониторинга внутрисистемных процессов, основанный на снижении количественных параметров высокой угрозы, вредоносного влияния условий жизнедеятельности на область обитания, характеризующихся большой степенью засорения окружающей среды и риском происхождения экологических автоаварий и катастроф;

– минимизацию экологического ущерба среды обитания, характеризующейся влиянием техногенных воздействий на эстетические, рекреационные, оздоровительные и другие качества окружающей природной среды.

Группировка логистических критериев экологической безопасности системы энергорынка региона в целом основывается на системе экологизации организационно-управленческого функционала энергорынка и может быть представлена по трем направлениям.

1. Направления, предопределяющие и обосновывающие неизбежность экологизации электроэнергетического комплекса, которые, в свою очередь, подразделяются на:

– нормативно-правовые стимулы государственного воздействия, провоцирующего развитие альтернативной генерации на основе компенсации затрат на присоединение к энергосетям (варьируемых по мощности малой генерации);

– меры, стимулирующие потребительскую активность относительно развития схем малой генерации, а также потребления энергии, произведенной экологически чистым способом;

– меры в отношении ответственности производителя и предпринимательская активность по параметрам экологичности, качества, надежности.

2. Направления, позволяющие усовершенствовать технологические процессы относительно производства, распределения и аккумуляции энергии.

По результатам анализа рекомендовано возведение ветропарка, работающего на условиях гибридной генерации на основе новых и совершенствования существующих мощностей, комбинирования и комплексного использования ресурсной базы.

3. Направления, обеспечивающие эффективность реализации проектов.

Необходимо создание и реализация региональных программ социально-экономического развития, субсидирование малого предпринимательства, проектирование целевых программ экологической направленности.

Достижения научно-технического прогресса, уровень развития технологий в сфере электроники, компьютерных технологий и сетевой телекоммуникаций обусловили рост предпосылок для образования интеллектуальных сетей, способных обеспечить адекватное управление процессами потребления электроэнергии и возможность выбора потребителями поставщиков, в соответствии с условиями централизованной системы электроснабжения и соответствующим услугово-сервисным комплексом. Таким образом, оптимизируя систему государственного регулирования электроэнергетического комплекса для достижения системного показателя эффективности и надежности, эколого-экономической безопасности, можно образовать условия саморазвития отрасли в соответствии с интересами потребителей, сочетающими в себе потребность получать стабильное обеспечение электроэнергией по оптимальной стоимости.

Логистический мониторинг экологической безопасности в электроэнергетическом комплексе должен на регулярной основе анализировать данные:

– экологизации процессов генерации энергии с целью обеспечения экологической и экономической безопасности страны;

– процессов в части внедрения и использования альтернативных источников энергии;

– проектов научно-технического развития энерго-, материалосберегающих технологий;

– показателей энергоемкости российского промышленного комплекса с целью роста конкурентоспособности

отечественной продукции на мировой арене;

– ужесточения в отношении выполнения экологических требований в процессе передачи электроэнергии и мощности потребителям;

– в отношении норм экологической безопасности при проектировании, возведении, вводе в эксплуатацию объектов генерации;

– инвентаризации, инспекции производственных и передающих мощностей для нивелирования угроз экологической безопасности в случае аварийности.

Необходимо также контролировать событийные метки развития законодательно-правового поля в области малой генерации.

В рамках трансформации основных направлений развития энергетической отрасли страны в условиях изменения концепции энергоэффективности и экономической безопасности формируется цель предоставления возможности потребителю не только сделать выбор способа потребления энергии, но и учесть номинальную возможность производить энергию или даже передавать иным потребителям излишки собственного энергопроизводства. Нужно подчеркнуть, что в данном ракурсе речь идет скорее о потреблении и генерации в отношении домохозяйств и небольших производственных комплексов.

Главные аспекты развития зеленой экономики в России, основанной на использовании нетрадиционных способов производства энергии, в первую очередь, должны быть ориентированы на еще один из результативных методов — не только ресурсосбережение, но и переработку отходов и использование их в рамках процессов производства энергии и мощности. В данном отношении хотелось бы отметить, что существует много

проектов, которые основаны на использовании отходов. Они также очень интересны в плане реализации и развития рынка экологической безопасности, учитывая все компоненты, необходимые для охраны окружающей среды для будущих поколений.

Библиографический список

1. *Альбеков, А. У.* Императивы развития экологически чистых технологий в Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=29308338>.

2. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* Green logistics in Russia: phenomenon of progress, economic and environmental security // *European Research Studies Journal*. — 2017. — Vol. 20. — № 1. — P. 13–21.

3. *Альбеков, А. У., Исраилова, Э. А., Полуботко, А. А., Матишов, Г. Г., Пархоменко, Т. В.* Зеленая экономика. Модернизация социально-экономической системы Юга России. — Ростов н/Д, 2017.

Bibliographic list

1. *Albekov, A. U.* Imperatives of development of clean technologies in Russian Federation [Electronic resource]. — Mode of access : <https://elibrary.ru/item.asp?id=29308338>.

2. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* Green logistics in Russia // *European Research Studies Journal*. — 2017. — Vol. 20. — № 1. — P. 13–21.

3. *Albekov, A. U., Israilova, E. A., Polubotko, A. A., Matishov, G. G., Parkhomenko, T. V.* Green economy. Modernization of socio-economic system of South of Russia. — Rostov-on-Don, 2017.

И. В. Андропова, Д. С. Соколан

ВЕДУЩИЕ ЭКОНОМИКИ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА ПОД ДАВЛЕНИЕМ ПРЯМЫХ КИТАЙСКИХ ИНВЕСТИЦИЙ

Аннотация

В статье рассмотрены и проанализированы инвестиционные потоки Китая в страны Большой тройки ЕС: Германию, Великобританию и Францию — за последние пять лет. Приведены данные об изменениях в региональной структуре китайских прямых инвестиций в целом по ЕС: с 2014 г. интересы китайских инвесторов переместились от стран Южной Европы к наиболее развитым странам ЕС. Более детально проанализирована отраслевая структура китайских ПИИ в странах Большой тройки. Выявлена тенденция к росту инвестиций Китая в Германии и Великобритании, в частности в сфере финансов, автомобильной промышленности и сектора высоких технологий. Приведены данные о крупнейших сделках Китая на территории исследуемых стран в период с 2014 по 2018 г.

Ключевые слова

Китай, Франция, Германия, Великобритания, ПИИ, слияния и поглощения, китайские инвестиции, ЕС, Европа, диверсификация инвестиций.

I. V. Andronova, D. S. Sokolan

LEADING ECONOMICS OF EUROPEAN UNION UNDER THE PRESSURE OF CHINESE DIRECT INVESTMENTS

Annotation

In article discuss and analyze China's investment flows to EU Big Three countries (Germany, Great Britain and France) over the past five years. Presents data on changes in regional structure of Chinese direct investments in the whole EU: from 2014 the interests of Chinese investors have changed from countries of Southern Europe to the most developed EU countries. Analyze the sectoral structure of Chinese FDI in Big Three countries in more detail. Trend has been revealed towards an increase in Chinese investments in Germany and United Kingdom, particularly in such sectors as finance, automotive industry and high-tech sector. Data on largest transactions of China in countries studied in the period from 2014 to 2018.

Keywords

China, France, Germany, UK, FDI, Chinese investment, mergers and acquisitions, EU, Europe, investment diversification.

Введение

На протяжении последних десяти лет Китай ежегодно наращивает объемы прямых иностранных инвестиций за рубежом, лишь в конце 2017 г. наблюдалось резкое снижение инвестиций, связанное с ужесточением инвестиционной политики в Китае. Но даже несмотря на данный факт в 2017 г., согласно данным World Investment Report 2018, Китай занял 3-е место в мире среди основных стран-

доноров прямых иностранных инвестиций, которые составили 125 млрд долл. [1]. С момента начала мирового финансового кризиса китайские инвесторы активно начали инвестировать в страны ЕС. После продолжительного периода вложений в южные страны Европы, начиная с 2016 г., китайские инвесторы снова заинтересовались Большой тройкой ЕС: Германией, Великобританией и Францией. На сегодняшний день объемами прямых

китайских инвестиций всерьез обеспокоено правительство Германии, которое в конце 2018 г. приняло ряд мер по регулированию прямых иностранных инвестиций, снизив возможную долю участия в капитале немецких компаний для неевропейских инвесторов с 25 % до 10 % [2].

Материалы и методы

Использованы методы системного подхода для анализа инвестиционных потоков Китая в ведущие страны ЕС. Для анализа особенностей инвестиционной деятельности Китая в Большой тройке был использован метод дедукции — от общей характеристики инвестиционной ситуации в ЕС к основным сделкам слияния и поглощения, заключенным в исследуемых странах.

Результаты и обсуждение

Региональная структура прямых иностранных инвестиций Китая в ЕС

Основными реципиентами китайских инвестиций за последние три года стали Германия, Великобритания и Франция. В 2017 г. доля китайских инвестиций в эти страны достигла рекордного уровня и составила 75 % от всего объема китайских инвестиций в страны ЕС [3]. Кроме того, в 2018 г. к основным европейским реципиентам присоединилась Финляндия, замыкая четверку наиболее привлекательных стран для китайских инвестиций в ЕС.

На рисунке 1 приведены данные о структуре китайских инвестиций в ЕС за последние пять лет.

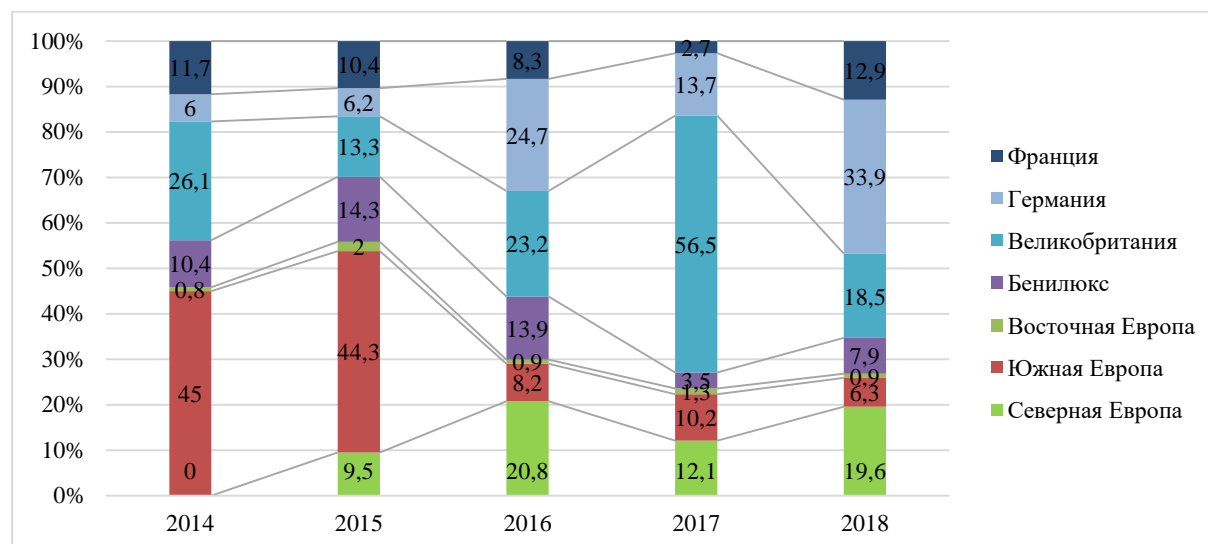


Рисунок 1 — Динамика и структура китайских инвестиций в ЕС по основным регионам, 2014–2018 гг.*

* Составлен по данным источника [4].

Стоит отметить, что на протяжении представленного периода инвестиции в страны ЕС стабильно увеличивались, и их доля составляла больше 80 % от всех инвестиций в Европу, только в 2017 г. наблюдалось резкое снижение доли китайских инвестиций в страны ЕС до 53 %. Такая тенденция была связана с увеличением инвестиций в Швейцарию, где основным инвестором выступил ки-

тайский конгломерат компаний HNA Group. Структура китайских инвестиций в ЕС в 2018 г. более сбалансирована, чем в предыдущие годы: на фоне уменьшения доли китайских инвестиций во Францию китайские инвесторы начали вкладывать средства в страны Северной Европы, доля которой составила почти 20 % китайских инвестиций в ЕС. Но по-прежнему малой остается доля стран Во-

сточной Европы и Бенилюкса. Также стоит обратить внимание на то, что в 2014 и 2015 гг. безоговорочными лидерами по привлечению китайских инвестиций были страны Южной Европы, в частности основные финансовые потоки были направлены в Италию. За два года китайские инвестиции достигли 18,4 млрд долл., причем основные сделки слияния и поглощения произошли в энергетическом секторе. Однако начиная с 2016 г. ситуация начала меняться, и в лидеры по привлечению прямых китайских инвестиций вышли Франция, Германия и Великобритания. При этом в 2017 г. рекордного уровня достигли китайские инвестиции в Великобритании — 28,8 млрд долл. (56,5 % всех инвестиций Китая в ЕС). В 2018 г. новым

лидером по притоку китайских инвестиций стала Германия: за год Китай вложил в страну больше 12,7 млрд долл., что составило 33,9 % всех китайских инвестиций в ЕС.

Чтобы оценить значимость китайских инвестиций для выбранных стран, необходимо понять, какую долю они занимают в общей сумме привлеченных инвестиций. Согласно данным рисунка 2, доля китайских инвестиций в период с 2014 по 2017 гг. во Франции постепенно снижалась: если в 2014 г. китайские инвестиции составили 3,09 млрд долл. (24,5 % всех инвестиций в страну), то в 2017 г. они сократились как в абсолютных, так и относительных значениях — до 1,35 млрд долл. и до 2,71 % в структуре общего объема инвестиций.

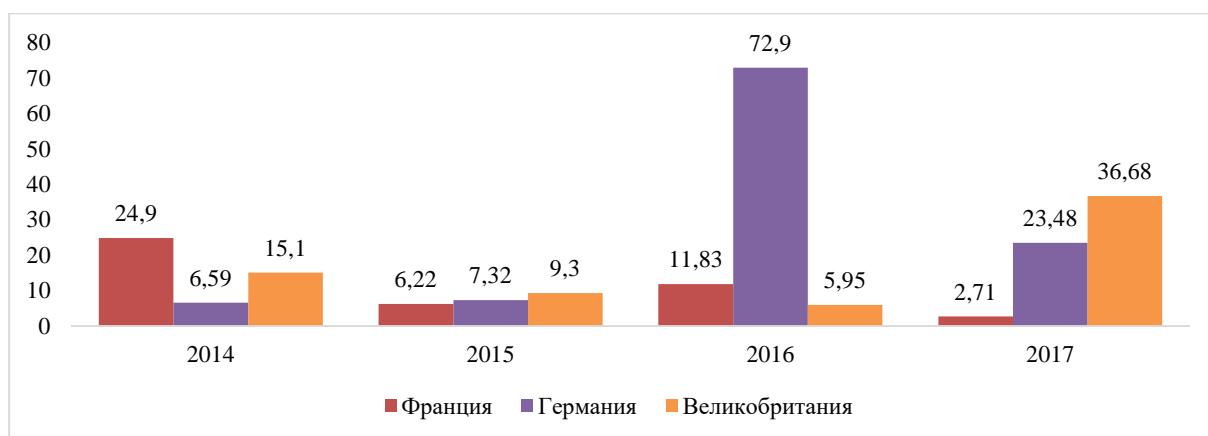


Рисунок 2 — Динамика доли китайских прямых инвестиций в общем объеме инвестиций в странах Большой тройки ЕС, 2014–2017 гг.*

* Составлен по данным [4, 5].

До 2016 г. в Великобритании наблюдалась похожая ситуация с Францией: доля китайских инвестиций в структуре общего потока капитала в страну сокращалась с 15,1 % в 2014 г. до 5,95 % в 2016 г. Но в случае с Великобританией доля китайских инвестиций сокращалась, а инвестиции продолжали расти в количественном эквиваленте, увеличившись с 6,9 млрд долл. в 2014 г. до 11,69 млрд долл. на конец 2016 г. В 2017 г. китайские инвестиции в Великобритании достигли рекордных

значений в размере 28,8 млрд долл., составив треть всех инвестиций в страну. Однако большую обеспокоенность вызывают объемы китайских инвестиций в Германию, в особенности последние два года. Если на протяжении 2014–2015 гг. китайские инвесторы стабильно вкладывали в страну по 1,6 млрд долл., что составляло только 7 % от всех прямых инвестиций в страну и не вызывало вопросов со стороны немецкого правительства, то в 2016 г. ситуация коренным образом изменилась: на конец 2016 г.

инвестиции Китая в Германию выросли более чем в семь раз по сравнению с 2015 г., составив 12,4 млрд долл., тогда как суммарные инвестиции в Германию за этот год по данным ЮНКТАД составили 16,98 млрд долл. [5]. Таким образом, более 70 % от всех иностранных инвестиций в Германию за 2016 г. пришлось только на один Китай.

Отраслевая структура китайских инвестиций в странах Большой тройки

Еще больший интерес вызывает вопрос, какие отрасли экономики инте-

ресуют китайских инвесторов в ведущих странах ЕС. Рассмотрим более детально отраслевую структуру китайских инвестиций в Германии, Франции и Великобритании за последние пять лет.

Как показывают данные таблицы 1, в период с 2014 по 2018 гг. суммарные инвестиции в Великобританию составили 57,970 млрд долл., следом за ней идет Германия, на которую пришлось 35,430 млрд долл., и Франция, где китайские инвесторы за пять лет вложили 16,260 млн долл.

Таблица 1 — Структура китайских прямых инвестиций по секторам экономики в Великобритании, Франции и Германии в период с 2014 по 2018 гг.*

Секторы экономики	Великобритания		Франция		Германия	
	млн долл.	% от всего объема	млн долл.	% от всего объема	млн долл.	% от всего объема
Энергетика	3110	5,4	110	0,7	3130	8,8
Финансы	13 940	24,0	—	0,0	2990	8,4
Текстильная промышленность	120	0,2	1730	10,6	270	0,8
Логистика	13 670	23,6	—	0,0	—	0,0
Недвижимость	8710	15,0	1150	7,1	3980	11,2
Высокие технологии	6280	10,8	2880	17,7	5240	14,8
Туризм	2390	4,1	6180	38,0	—	0,0
Производство транспортных средств	1530	2,6	1730	10,6	16 320	46,1
Другие отрасли	8220	14,2	2480	15,3	3500	9,9
Всего	57 970	100,0	16260	100,0	35 430	100,0

* Рассчитана по данным источника [4].

Во всех трех странах китайские инвесторы были заинтересованы следующими секторами: высокие технологии, недвижимость и производство транспортных средств. В Великобритании на сектор технологий пришлось 6,3 млрд долл. (10,8 % от общей суммы китайских инвестиций в страну), во Франции данный сектор привлек 2,9 млрд долл. (17,7 %) и в Германии китайские инвестиции в этот сектор составили 5,2 млрд долл. (14,8 %). Также в каждой из анализируемых стран китайские инвесторы преимущественно вкладывали средства в наиболее развитые и значимые для страны-реципиента секторы экономики. Например, основной отраслью инвестирования в Великобритании

стала сфера финансов, что можно объяснить развитой финансовой инфраструктурой благодаря расположению в стране ведущего мирового финансового центра — Лондона. Во Франции китайские инвесторы в основном заинтересовались сектором туризма, на который пришлось 17,7 % суммарных китайских инвестиций в страну, что объясняется наличием в стране широкой сети всемирно известных курортов. Касательно Германии, неудивительно, что и здесь китайские инвесторы выбрали для инвестирования наиболее мощный и развитый сектор страны — производство транспортных средств — на который пришлось 46,1 % всех китайских инвестиций в Германии.

Какими компаниями уже владеет Китай в Германии, Франции и Великобритании?

В период с 2014 по 2018 гг. на территории исследуемых стран было заключено около 140 сделок слияний и поглощений китайскими компаниями, из них 44 сделки предполагают 100 % владение акциями китайскими инвесторами (практически треть от всех сделок). Также стоит отметить, что больше 120 сделок предоставили китайским инвесторам право владения более 10 % акций, что практически в большинстве крупных компаний означает владение контрольным пакетом акций.

Самые крупные сделки слияния и поглощения прошли в Великобритании и Германии. В первую очередь, стоит начать с покупки китайской инвестиционной корпорацией SIC складской и логистической компании в Великобритании Logisog в середине 2017 г., сумма сделки составила 13,79 млрд долл., тем самым став крупнейшей сделкой с частным капиталом в ЕС за всю историю. Компания Logisog владеет 13,6 млн кв. м складских помещений на территории семнадцати стран Европы [6]. Для финансирования сделки были привлечены Банк Китая и Китайский строительный банк, что стало первым опытом синдицированного кредитования для компании SIC [7]. Причина покупки данной компании связана с реализацией программы «Один пояс — один путь». Правительство Китая активно стимулирует приобретение китайскими инвесторами складских, логистических, грузовых компаний в Европе и Азии. В 2017 г. было объявлено о покупке китайскими компаниями логистических фирм по всему миру на сумму 32,2 млрд долл., что в два раза больше, чем в 2016 г. [8].

Вторая крупнейшая сделка снова была в Великобритании в финансовом секторе: в конце декабря 2017 г. китайская компания Ping An приобрела 5 % акций банка HSBC на сумму 9,66 млрд

долл., что позволило компании стать вторым главным акционером банка после американской инвестиционной корпорации Black Rock. На этом китайская компания не остановилась и в ноябре 2018 г. Ping An заключила еще одну сделку на сумму 2,3 млрд долл. Таким образом, страховая компания Ping An получила 7 % акций HSBC, обогнав американскую корпорацию Black Rock с ее 6,6 % акций и став главным акционером банка [9]. HSBC является одним из крупнейших банковских и финансовых конгломератов в мире, крупнейшим британским банком по размеру активов [10]. В свою очередь, Ping An занимает десятое место в Forbs Global 2000 (по состоянию на 2018 г.) и является крупнейшей страховой компанией в мире [11].

Вызывает интерес третья крупнейшая сделка в Великобритании по покупке 49 % акций компании Global Switch китайским консорциумом инвесторов, в число которых вошли компании Jiangsu Sha Steel Group и Daily-Tech Beijing. Сделка состоялась в декабре 2016 г., а ее сумма составила около 3 млрд долл. Global Switch является владельцем сети ведущих центров обработки данных в Европе и Азиатско-Тихоокеанском регионе. Инициатором покупки выступила китайская компания Daily-Tech Beijing, которая является одним из основных провайдеров центров обработки и хранения данных в Китае. Данная компания привлекла для покупки Jiangsu Sha Steel Group, крупнейшего в Китае производителя стали, и уже упомянутую страховую компанию Ping An. Сделка состоялась, несмотря на опасения британского правительства касательно национальной безопасности [12]. В июле 2018 г. уже другой китайский консорциум инвесторов выкупил еще 24,9 % акций компании Global на сумму 2,4 млрд долл. В новый консорциум вошли следующие компании: корпорация по управлению активами AVIC Trust, седьмой по величине банк Китая

China CITIC Bank, инвестиционный банк Naoyue Capital и снова компания по производству стали Jiangsu Sha Steel. Таким образом, на сегодняшний день Китаю принадлежит около 75 % британской корпорации Global Switch [13].

Несмотря на то что самые крупные сделки были проведены Китаем в Великобритании, наибольший ажиотаж вызвали китайские вложения в Германии. Начнем с покупки 10 % акций автомобильного концерна Daimler китайской корпорацией Geely Auto в начале 2018 г. Сделка обошлась китайскому инвестору в 9 млрд долл. Теперь Китай имеет доступ к новейшим разработкам в области автомобилестроения ведущего автомобильного концерна Германии. Стоит отметить, что директор китайской компании Ли Шуфу использовал целые комбинации долговых и финансовых инструментов для осуществления данной сделки. Ли настаивает на том, что сделка необходима ему для развития собственных технологий в автомобилестроении, в частности он заинтересован разработками электромобилей [14]. Китайская компания на момент покупки акций Daimler уже заключила сделку по приобретению 8 % акций шведского бренда автомобилей Volvo Cars AB. Повышенный интерес был прикован и к покупке Китаем акций немецкой технологической компании Кука, производящей промышленных роботов. Начиная с 2015 г. китайская компания Guangdong Midea постепенно делала вложения в компанию Кука на уровне 150 млн долл., но уже в августе 2016 г. она выкупила 82 % акций компании, совершив вложения на 4,7 млрд долл.

Стоит выделить две крупные сделки в Германии, касающиеся энергетического комплекса. В феврале 2016 г. Beijing Enterprises купила немецкую компанию по переработке отходов EEW, сумма сделки составила 1,6 млрд долл. Следом в июне 2016 г. другая китайская компания Three Gorges, которая является одним из крупнейших поставщиков

энергии в мире, выкупила 80 % WindMW, специализирующуюся на планировании и строительстве морских ветряных электростанций. Сделка обошлась китайской компании Three Gorges в 1,5 млрд долл. Основная причина покупки данных компаний связана с возрастающими проблемами загрязнения окружающей среды в Китае. На сегодняшний день китайское правительство всерьез обеспокоено экологической ситуацией в стране и ищет новые возможности по переработке отходов [15].

Что касается Франции, то самая крупная сделка за последние пять лет состоялась в июле прошлого года — китайская группа компаний Tsinghua Unigroup выкупила французскую технологическую компанию Linxens. Сумма сделки составила 2,5 млрд долл. Французская компания является ведущим мировым поставщиком на рынке микропроцессоров. Согласно официальному сайту компании продуктами Linxens пользуется около 80 % мирового населения [16]. В 2016 г. китайская компания Dalian Wanda подписала соглашение об общем проекте с французской компанией Auchan по строительству торговоразвлекательного комплекса. Стоимость 50 %-ной доли проекта обошлась китайской компании в 1,7 млрд долл. Деятельность холдинга Auchan представлена в трех основных секторах: розничная торговля, банковские услуги и коммерческая недвижимость. Компания имеет представительство в восемнадцати странах мира на трех континентах [17].

Выводы

Проанализировав инвестиционные потоки китайских инвесторов за рубежом за последние пять лет, можно сделать следующие выводы.

Страны ЕС по-прежнему остаются приоритетным регионом для китайских инвесторов. В период за 2014 по 2018 гг. интерес Китая переместился со стран Южной Европы к ведущим странам ЕС: Германии, Великобритании и Франции.

На конец 2017 г. на эти страны пришлось более 75 % всех китайских инвестиций, направленных в ЕС, причем большая доля (56,5 %) пришлась только на Великобританию.

Помимо количественного роста китайских инвестиций в анализируемых странах на протяжении последних пяти лет наблюдается также увеличение доли китайских инвестиций в общей структуре инвестиций данных стран. Таким образом, можно сделать вывод о том, что последние годы растет зависимость европейских стран от китайских инвестиций, так как их доля в общей структуре достаточно высокая. Кроме того, китайские инвесторы стараются вкладывать в наиболее эффективные и прибыльные секторы для каждой выбранной страны-реципиента. Например, в Германии особый интерес привлечен к автомобильной промышленности, где состоялась крупнейшая сделка по покупке акций немецкого концерна Daimler. Также в Германии китайские инвесторы были заинтересованы сектором альтернативных источников энергии. В Великобритании китайских инвесторов интересует финансовый сектор и недвижимость — крупнейшие сделки были связаны с покупкой акций ведущего британского банка HSBC и покупкой крупнейшей логистической компании в Европе Logisor. Основные потоки китайских инвестиций во Францию связаны с сектором туризма. Однако во всех трех странах Китай активно инвестировал в сектор высоких технологий: покупка контрольного пакета акций немецкой компании по производству роботов Kuka, покупка 75 % акций британского оператора и разработчика центров баз данных Global Switch и сделка по поглощению высокотехнологичной французской компании, производящей микросхемы и микропроцессоры, Linxens.

Если во Франции китайские инвестиции еще не вызывают опасений, то ситуация в Германии и Великобритании начинает выходить из-под контроля,

побуждая правительства стран принимать необходимые меры по сдерживанию китайских инвестиций в страны. На наш взгляд, активизация китайских инвестиций в особенности в сфере высоких технологий и машиностроения может в будущем привести к тому, что ведущие европейские компании уступят место китайским, которые в свою очередь будут использовать полученный европейский опыт и технологии.

Библиографический список

1. World Investment Report 2018. Investment and New Industrial Policies [Electronic resource]. — Mode of access : <http://unctad.org>.
2. Hansen, H., Nienaber, M. With eye on China, Germany tightens foreign investment rules [Electronic resource] // Reuters. — Mode of access : <https://www.reuters.com>.
3. Hanemann, T. EU-China FDI: working towards reciprocity in investment relations [Electronic resource] // Rhodium Group and Mikko Huotari, Mercator Institute for China Studies. — 2018. — № 3.
4. American Enterprise Institute and Heritage Foundation, China Global Investment Tracker [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.aei.org>.
5. United Nations Conference on Trade and Development [Electronic resource]. — Mode of access : <https://unctadstat.unctad.org>.
6. Logisor [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.logisor.eu>.
7. China's CIC raising \$8 billion loan for Logisor acquisition: Basis Point [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.reuters.com>.
8. Kynge, J. China goes on logistics buying spree to support 'new Silk Road' // Financial Times [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.ft.com>.
9. Zen Soo. China's Ping An Insurance overtakes Black Rock to become HSBC's biggest shareholder [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.reuters.com>.

resource] // South China Morning Post. — Mode of access : <https://www.scmp.com>.

10. HSBC [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.hsbc.com>.

11. Ping An [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.pingan.cn>.

12. *Fildes, N., Weinland, D.* Global Switch in £2.4bn stake sale to Chinese group [Electronic resource] // Financial Times. — Mode of access : <https://www.ft.com>.

13. Ping An, Citic Bank and AVIC trust join \$2.8b investment in UK data centre developer [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.mingtiandi.com>.

14. China's Geely Buys \$9 Billion Daimler Stake [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.bloomberg.com>.

15. *Schuetze, A.* Beijing Enterprise buys Germany's Energy from Waste // Reuters [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.reuters.com>.

16. Linxens [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.linxens.com>.

17. Auchan Holding [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.auchan-holding.com>.

В. И. Гиссин, А. С. Левицкая, М. А. Суржиков

ПОДХОДЫ К ВЫБОРУ СПОСОБОВ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ГРУЗОВ В ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

Аннотация

В статье рассмотрены различные способы оценки показателей качества отправляемого груза в транспортно-логистических процессах товародвижения продукции различного назначения на соответствие установленным регламентам, стандартами или техническими условиям. Применение новых средств и методов контроля, позволяющих быстро оценить показатели перевозимого груза, требует проведения сравнительного анализа с использованием статистического инструментария. Проведено сравнение традиционных методов контроля и экспресс-методов для оценки согласованности результатов измерений; приведены критерии сравнения и представлены рекомендации.

Ключевые слова

Способы контроля, сравнение, качество показателей, зерновые, выбор, оценка.

V. I. Gissin, A. S. Levitskaya, M. A. Surzhikov

APPROACHES TO CHOICE OF WAYS TO CONTROL THE QUALITY OF GOODS IN TRANSPORT AND LOGISTICS PROCESSES

Annotation

Article discusses various ways of assessing the quality of goods shipped, in transport and logistics processes of product distribution for various purposes, for compliance with established regulations, standards or technical conditions. Use of new means and methods of control to quickly assess the indicators of cargo being transported requires a comparative analysis using statistical tools. Article compares traditional control methods and express methods to assess the consistency of measurement results, provides comparison criteria and gives recommendations.

Keywords

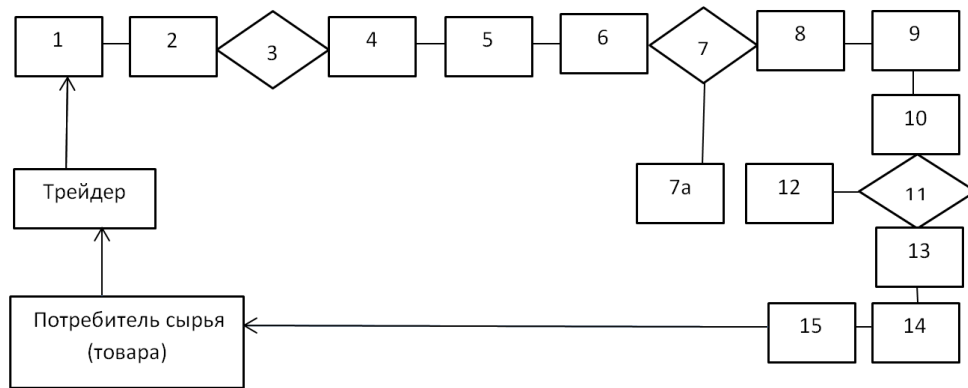
Control methods, comparison, quality of indicators, cereals, selection, evaluation.

Введение

При управлении процессами товародвижения основное внимание следует уделять устранению причин, приводящих к дефектам перемещаемой продукции за счет изменения выходных параметров процесса. С этой целью в бизнес-процессе определяются контрольные точки с набором процессных показателей, осуществляется сбор статистической информации на выходе каждой контрольной точки и по результатам анализа статистических данных, собранных за определенный период работы, производятся корректирующие действия, направленные на улучшение процессов товародвижения. Показатели, получен-

ные в контрольных точках бизнес-процессов с использованием статистических методов, группируются по процессам. Накопленные статистические данные помогают управлять качеством процессов и их совершенствовать [3]. В процессах товародвижения сырья, комплектующих и т. д. как во внутренней, так и внешнеторговой деятельности предприятию, которому необходимо для выпуска своей продукции получить качественное сырье, требуется отслеживать качество показателей поставляемого продукта.

На рисунке 1 рассмотрим укрупненный алгоритм поставки сырья товаропроизводителю продукции.



1 — Производители сырья (продукции). 2 — Оформление сопроводительной документации. 3 — Контроль документов. 4 — Загрузка товара. 5 — Транспортирование товара. 6 — Хранение груза. 7 — Оформление груза, контроль. 7a — Принятие решения о дефектности груза. 8 — Погрузка. 9 — Транспортирование. 10–11 — Место назначения груза, контроль. 12 — Принятие решения о грузе. 13 — Разгрузка. 14 — Оформление таможенных документов. 15 — Транспортирование.

Рисунок 1 — Алгоритм поставки продукции

Как следует из приведенного алгоритма, поставка продукции, сырья состоит из различных процессов, которые наряду с контрольными операциями включают комплекс основных и вспомогательных операций сопровождающих жизненные этапы поставки товара. Представленный бизнес-процесс можно оценивать как по отдельным элементам (время, стоимость выполнения элемента процесса), так и по общему состоянию качества процесса (количество дефектов

поставленной продукции, число жалоб потребителей и т. д.).

Рассматривая процессы внутренней или внешнеторговой деятельности при поставках продукции заказчику, следует отметить, что одной из основных характеристик качества является минимизация потерь и время, затраченное от начала заказа до его исполнения, которое отражается в общем цикле выполнения заказа, определяемым по формуле (1):

$$T_{\text{ц}} = \sum_{i=1}^n t_{\text{пр}i}, \quad (1)$$

где $T_{\text{ц}}$ — время цикла (час, день и т. д.); $t_{\text{пр}}$ — время, затрачиваемое на выполнение i -го процесса.

Таким образом, чем меньше времени будет затрачено на процессы в транспортно-логистической системе, тем эффективней будет ее деятельность в процессах распределения [3].

В приведенном примере (рис. 1) имеют место показатели, описывающие качество процесса, которые можно разбить на три группы: затраты, качество обслуживания, эффективность процесса. По мере накопления различной информации (качественные, количественные показатели) можно анализировать текущее состояние бизнес-процесса, а после проведения анализа текущей ситуации — принимать решения по его улучшению.

«В процессах торговой деятельности многие показатели имеют нормативные, плановые и фактические значения за определенный период, по которым можно судить о его выполнении» [3]. Так, например, проверка сопроводительной документации в соответствии с нормативом должна осуществляться не более чем за определенный установленный период времени. Однако, по ряду причин, контроль сопроводительных документов может быть проведен и за более длительное время. Приведенный пример показывает на возникновение дефекта процесса, который требует применения управляющих мероприятий, направленных на его улучшение. Если после изменений показатели достигли нормативных значений, то цель улучшения процесса достигнута [3].

При поставках продукции различного назначения (продовольственные, непродовольственные товары) могут возникнуть вопросы, связанные с выбором методов контроля или средств измерений, которые могут ускорить время контроля при выгрузке или погрузке продукции на транспортное средство.

Применение новых средств измерений или методик требует проведение сравнительного анализа с использованием статистического инструментария для оценки согласованности результатов.

Материалы и методы

В последнее годы возросли экспортные поставки зерновых культур, качество которых должно соответствовать нормативам, указанным в сопроводительной документации. Качественные показатели зерна могут быть оценены различными методами, такими как: органолептический, инструментальный, физико-химический.

При приеме на хранение, отправку или погрузку, зерно проверяют по таким физико-химическим показателям качества, как: натура, протеин, клейковина, число падения, влажность. Методы оценки показателей осуществляются в соответствии с рекомендациями, изложенных в стандартах.

В последнее время находят широкое применение различные средства и методы измерений, которые могут проводиться в виде экспресс-анализа оценки показателей качества зерновых культур. В качестве примера применения экспресс-анализа при контроле зерновых культур можно привести такие средства измерения, как: прибор — анализатор влажности ОНАУС МВ; анализатор качества зерна — Инфратек 1241 и др. Применение указанных средств измерений (СИ), уменьшает время анализа, дает возможность сократить цикл контроля и тем самым снизить время при товародвижении зерновых.

В связи с применением современных методов контроля возникает вопрос о сопоставимости и погрешности СИ с существующими способами измерений. Для решения возникшего вопроса были проведены исследования, которые заключались в проведении серии измерений показателей качества зерновых выполняемые методами с применением новых СИ и методами, рекомендуемы-

ми стандартами. В представленных исследованиях осуществлялось сравнение таких показателей качества зерна как: клейковина, протеин, влажность, контроль которых осуществлялся одновременно двумя способами.

1. Оценка показателей качества клейковины и протеина проводилась в соответствии с методикой, приведенной в ГОСТ Р 54478-2011 Зерно. Методы определения количества и качества клейковины и протеина в пшенице.

2. С применением специального измерительного прибора Инфратек 1241, который может определять количество клейковины, белок, влажность.

Характеризуя, анализатор Инфратек 1241, необходимо отметить такие его преимущества, как: анализ цельного зерна — 1 минута; высокая точность, соответствующая стандартным методам; виброустойчивость, позволяющая

работать прямо на приемке зерна с машин; оценка параметров: белок, влажность, крахмал, жир, клейковина, зола и др. Оценка показателей влажности зерна определялась двумя способами: стандартная методика в соответствии с ГОСТ 13586.5-2015 Зерно. Метод определения влажности; с применением анализатора влажности ОНАУС МВ.

Результаты

При рассмотрении изложенных методов контроля зерновых, необходимо решить задачу, о согласованности результатов измерений. С этой целью были проведены две серии измерений показателя качества пшеницы — клейковины и протеина двумя методами: ручной отмыв и экспресс-анализ с помощью анализатора Инфратек 1241. Измерения проводили у 25 грузополучателей в течение двух месяцев, результаты измерений приведены в таблице 1.

Таблица 1 — Результаты измерений клейковины и протеина

Фирма грузополучателя	Экспресс-анализ, измерения клейковины, гр	Стандартный метод измерения клейковины, гр	Экспресс-анализ, измерения протеина, %	Стандартный метод измерения протеина, %
1	23,5	23,0	13,5	13,3
2	22,8	22,8	13,0	13,0
3	22,0	21,3	12,9	12,3
4	21,5	21,1	12,5	12,4
5	24,5	24,6	14,5	14,5
6	22,9	22,7	13,2	13,2
7	22,6	22,0	13,0	12,8
8	19,0	19,1	11,5	11,5
9	20,9	20,6	11,9	11,7
10	21,3	21,0	12,7	12,5
11	16,3	16,1	10,5	10,5
12	16,9	17,0	10,4	10,4
13	18,9	18,5	11,0	10,9
14	19,6	19,0	11,5	11,2
15	20,3	19,9	11,9	11,7
16	24,6	24,6	14,6	14,6
17	23,2	23,3	13,3	13,3
18	23,9	23,6	13,6	13,6
19	17,6	17,3	10,5	10,5
20	17,0	16,5	10,4	10,1
21	19,4	19,5	11,5	11,5
22	19,0	18,6	11,3	11,0
23	21,5	21,0	12,5	12,2
24	22,9	22,7	13,0	12,6
25	23,0	22,5	13,0	12,9

В таблице 2 приведены показатели влажности зерна, полученные при измерении с использованием стандартного

метода и анализатора влажности за тот же период времени.

Таблица 2 — Результаты измерений влажности зерна

Фирма грузополучателя	Экспресс-анализ, измерения влажности (анализатор влажности), %	Стандартный метод измерения влажности (сушильный шкаф), %
1	12,5	12,3
2	9,6	10,0
3	14,6	14,8
4	13,6	13,0
5	13,9	13,9
6	11,2	11,3
7	10,6	10,5
8	9,4	9,6
9	12,6	12,5
10	12,0	12,0
11	11,5	11,6
12	11,0	11,0
13	10,8	10,9
14	13,5	13,5
15	12,7	12,6
16	12,6	12,3
17	11,4	11,2
18	11,6	11,6
19	13,3	13,3
20	13,0	13,1
21	14,0	14,3
22	10,9	10,6
23	9,2	9,2
24	15,0	15,0
25	11,3	11,5

Для оценки согласованности рассматриваемых способов измерений были использованы методы исследования [1, 4], которые проводились в следующей последовательности. Для каждой пары измерений выполненных двумя разными способами вычисляется их разность. Затем находится средняя величина и стандартное отклонение разности. Средняя разность характеризует систематическое расхождение, стандартное же отклонение характеризует степень разброса результатов.

По полученным результатам измерений строилась диаграмма Блэнда-

Алтмана [4], которая представляет собой диаграмму рассеивания, где по оси X откладывается среднее значение для двух методов в одном испытании, по оси Y разность значений одного испытания.

В таблицах 3, 4 представлены результаты исследований двух способов и данные для построения диаграммы рассеивания и определения коэффициента корреляции. В связи с измерениями параметров клейковины и протеина двумя способами (ручной отмыв — прибор Инфратек 1241) необходимо определить тренд рассматриваемых способов.

Таблица 3 — Результаты исследований содержания клейковины и протеина в пшенице двумя способами

Фирма грузо-получателя	Клейковина ручной отмыв	Клейковина экспресс-анализ	Разность показателей	Среднее значение	Протеин ручной отмыв	Протеин экспресс-анализ	Разность показателей	Среднее значение
1	23,0	23,5	- 0,5	23,25	13,3	13,5	-0,2	13,4
2	22,8	22,8	0	22,8	13,0	13,0	0	13,0
3	21,3	22,0	-0,7	21,65	12,3	12,7	-0,4	12,5
4	21,1	21,5	-0,4	21,3	12,4	12,5	-0,1	12,45
5	24,6	24,5	0,1	24,55	14,5	14,5	0	14,5
6	22,7	22,9	-0,2	22,8	13,2	13,2	0	13,2
7	22,0	22,6	-0,6	22,3	12,8	13,0	-0,2	12,9
8	19,1	19,0	0,1	19,05	11,5	11,5	0	11,5
9	20,6	20,9	-0,3	20,75	11,7	11,9	-0,2	11,8
10	21,0	21,3	-0,3	21,15	12,5	12,7	-0,2	12,6
11	16,1	16,3	-0,2	16,2	10,5	10,5	0	10,5
12	17,0	16,9	0,1	16,95	10,4	10,4	0	10,4
13	18,5	18,9	-0,4	18,7	10,9	11,0	0,1	10,95
14	19,0	19,6	-0,6	19,3	11,2	11,5	-0,3	11,35
15	19,9	20,3	-0,4	20,1	11,7	11,9	-0,2	11,8
16	24,6	24,6	0	24,6	14,6	14,6	0	14,6
17	23,3	23,2	0,1	23,25	13,3	13,3	0	13,3
18	23,6	23,9	-0,6	23,75	13,6	13,6	0	13,6
19	17,3	17,6	-0,3	17,45	10,5	10,5	0	10,5
20	16,5	17,0	-0,5	16,75	10,1	10,4	-0,3	10,25
21	19,5	19,4	0,1	19,45	11,5	11,5	0	11,5
22	18,6	19,0	-0,4	18,8	11,0	11,3	-0,3	11,15
23	21,0	21,5	-0,5	21,25	12,2	12,5	-0,3	12,35
24	22,7	22,9	-0,2	22,8	12,6	13,0	-0,4	12,3
25	22,5	23,0	-0,7	22,75	12,9	13,0	-0,1	12,95

На рисунках 2, 3 по результатам исследований представлены диаграммы рассеивания показателей клейковины и

протеина, полученные при измерении двумя способами. Обе диаграммы имеют положительный тренд.

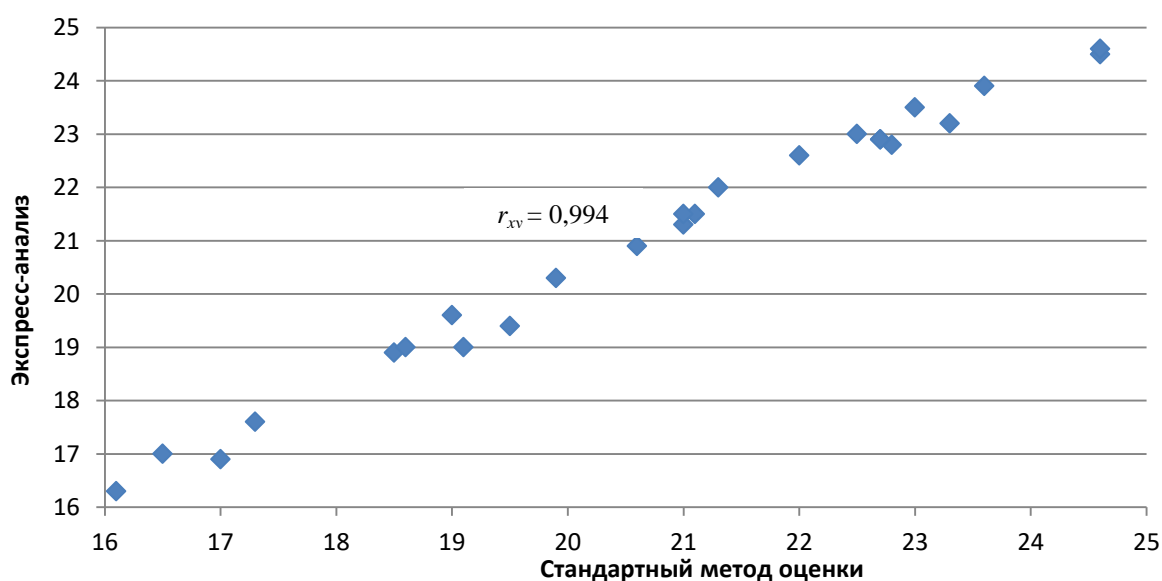


Рисунок 2 — Диаграмма рассеивания двух способов измерений клейковины

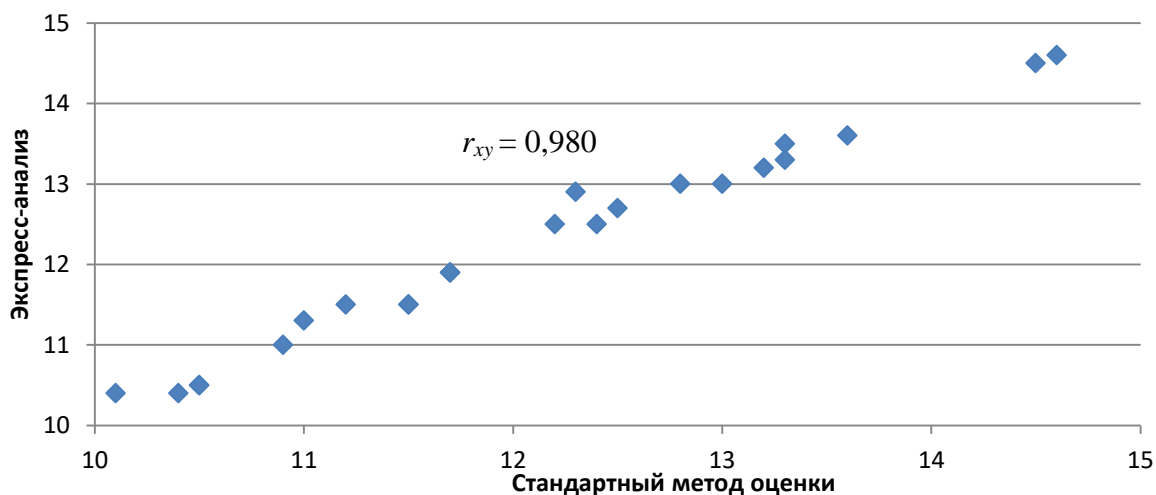


Рисунок 3 — Диаграмма рассеивания двух способов измерений протеина

Для оценки силы связей между двумя способами измерений рассчитывался коэффициент корреляции r_{xy} , вычисляемый по формуле (2):

$$r_{xy} = \frac{S_{xy}}{\sqrt{S_x^2 \cdot S_y^2}} \quad (2)$$

Коэффициент корреляции между измерениями, выполненными двумя

способами, составил при измерении показателей клейковины и протеина соответственно 0,994, 0,980.

В таблице 4 приведены результаты исследований показателя влажности зерна, полученные при измерении по стандартной методике (использование сушильного шкафа) и применением анализатора влажности. Измерения проводились в течение двух месяцев.

Таблица 4 — Результаты измерений влажности зерна

Фирма грузополучателя	Стандартный метод	Экспресс-анализ (анализатор влажности)	Разность показателей	Среднее значение
1	12,3	12,5	-0,2	12,4
2	10,0	9,6	0,4	9,8
3	14,8	14,6	0,2	14,7
4	13,0	13,5	-0,5	13,25
5	13,9	13,9	0	13,9
6	11,3	11,2	0,1	11,25
7	10,5	10,6	-0,1	10,55
8	9,6	9,4	0,2	9,5
9	12,5	12,6	-0,1	12,55
10	12,0	12,0	0	12,0
11	11,6	11,5	0,1	11,55
12	11,0	11,0	0	11,0
13	10,9	10,8	0,1	10,85
14	13,5	13,5	0	13,5
15	12,6	12,7	-0,1	12,65
16	12,3	12,6	-0,3	12,45
17	11,2	11,4	-0,2	11,3
18	11,6	11,6	0	11,6
19	13,3	13,3	0	13,3
20	13,1	13,0	0,1	13,05
21	14,3	14,0	0,3	14,15
22	10,6	10,9	-0,3	10,75
23	9,2	9,2	0	9,2
24	15,0	15,0	0	15,0
25	11,5	11,3	0,2	11,4

На рисунке 4 представлена диаграмма рассеивания двух способов из-

мерений влажности пшеницы, которая имеет положительный тренд.

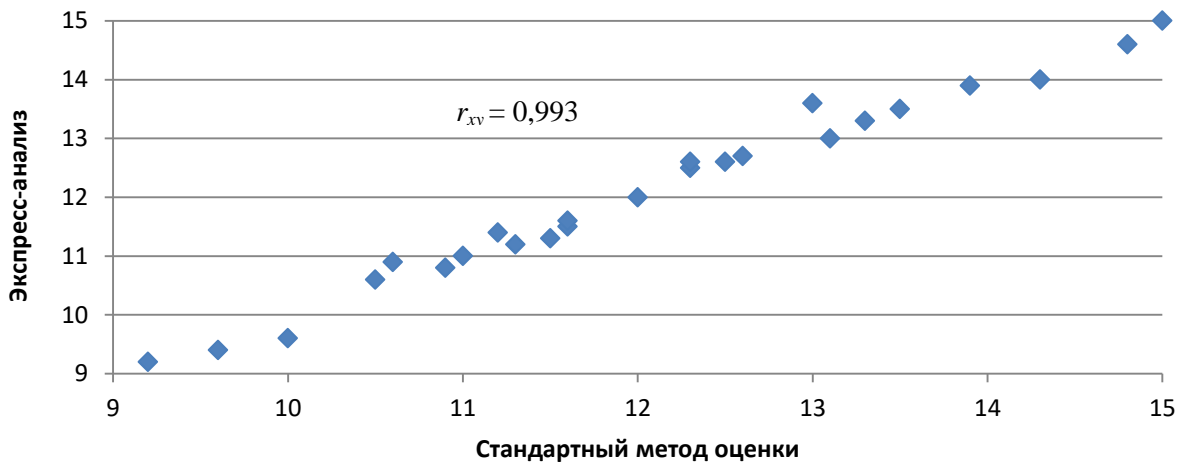


Рисунок 4 — Диаграмма рассеивания двух способов измерений влажности

Определение коэффициента корреляции между измерениями, выполненными двумя способами при оценке влажности зерна, составил 0,993.

Значения коэффициента корреляции по сравниваемым способам оценки указывает на сильную связь между методами измерений.

Для оценки полученных результатов измерений была использована диаграмма Блэнда-Алтмана [4], представ-

ляющая собой, как было изложено выше, диаграмму рассеивания, на которой по оси X откладывается среднее значение двух сравниваемых методов в одном испытании, а по оси Y разность значений одного испытания.

По результатам представленных данных (табл. 3, 4) построены диаграммы рассеивания сравнения результатов измерений при оценке клейковины, протеина, влажности (рис. 5–7).

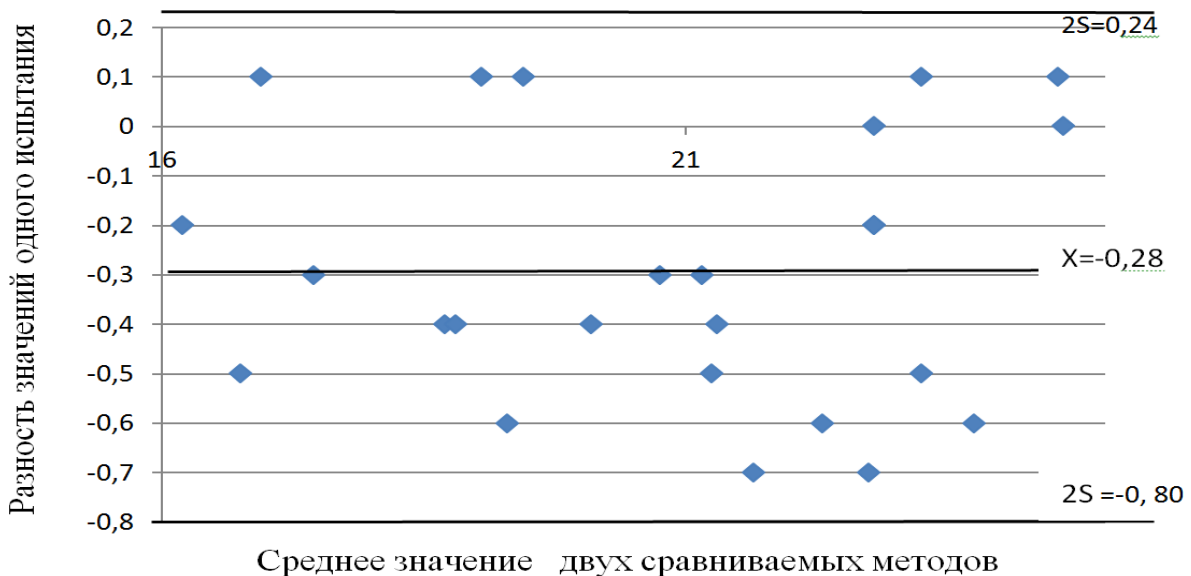


Рисунок 5 — Диаграмма разброса при сравнении результатов оценки клейковины

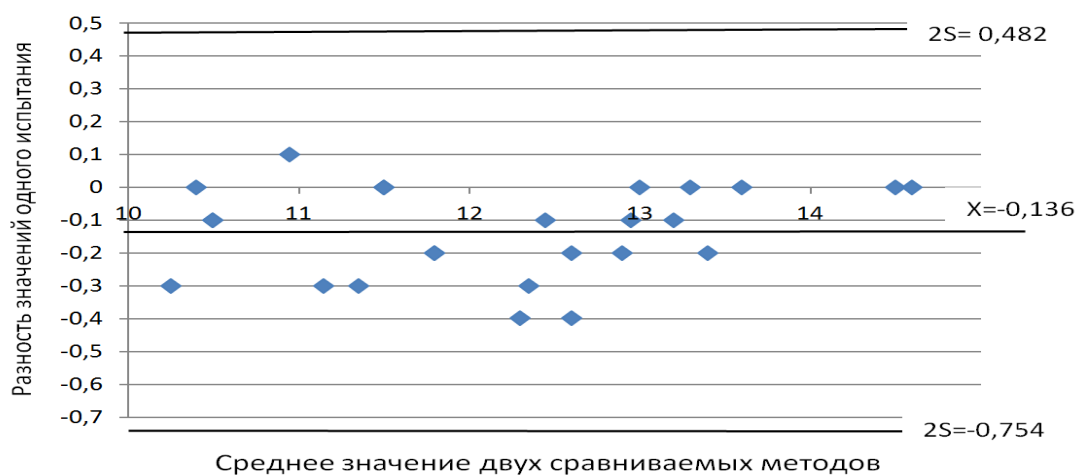


Рисунок 6 — Диаграмма разброса при сравнении результатов оценки протеина



Рисунок 7 — Диаграмма разброса при сравнении результатов оценки влажности зерна

Обсуждение

Анализ представленных диаграмм разброса, характеризующих сравнения результатов оценки измерений разными способами, позволяет отметить высокие значения коэффициента корреляции, которые указывают на тесную линейную связь, однако для оценки согласованности этого недостаточно. Приведенные усредненные значения по каждому методу и разность для каждого усредненного значения (рис. 5–7) позволяют сделать следующие предварительные выводы.

1. Средняя разность между измерениями клейковины составляет 0,28, протеина — 0,136, что говорит о наличии систематического расхождения. Средняя разность между измерениями влажности зерна равна нулю.

2. Стандартные отклонения разностей клейковины, протеина, влажности составили соответственно 0,26, 0,306, 0,173, что невелико по сравнению с самими значениями.

Для адекватной оценки показателей качества зерновых культур определяемых различными методами могут возникнуть проблемы связанные не только с использованием средств измерений, но и выбранным методом. Поэтому может возникнуть вопрос об ошибках и погрешностях измерений.

Ошибки измерения подразделяют на систематические и случайные.

Систематические ошибки вызываются факторами, действующими одинаковым образом при многократном повторении одних и тех же измерений.

Эти ошибки должны или учитываться или исключаться. При измерении физических величин в тех случаях, когда основную роль играют случайные ошибки все оценки точности измерения можно сделать только с некоторой вероятностью. Для оценки величины случайной ошибки измерения существуют несколько способов. Наиболее распространена оценка с помощью средней квадратичной ошибки. Также иногда применяется средняя арифметическая ошибка.

Средняя квадратичная ошибка определяется по формуле (3):

$$S_n = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (\bar{X} - X_i)^2}{n-1}}. \quad (3)$$

Относительная величина средней квадратичной ошибки, выраженная в процентах, называется коэффициентом вариации и определяется по формуле (4):

$$W = S_n / \bar{X} \cdot 100\%. \quad (4)$$

Определение средней арифметической ошибки r_n вычисляется по формуле (5):

$$r_n = \frac{\sum_{i=1}^n (\bar{X} - X_i)}{n}. \quad (5)$$

Для характеристики величины случайной ошибки следует задавать два значения, а именно: величину доверительного интервала (или величину самой ошибки) и величину доверительной вероятности, т. к. знание доверительной

вероятности позволяет оценить степень надежности полученного результата.

Если количество измерений не велико $30 > n > 3$ (в нашем случае 25), можно приближенно оценить доверительный интервал, используя среднее квадратичное отклонение S_x :

$$S_x = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

$$\frac{\bar{X} - t_{\alpha} \cdot S_x}{\sqrt{n}} < X_{ист} < \frac{\bar{X} + t_{\alpha} \cdot S_x}{\sqrt{n}}$$

В таблице 5 по результатам, серии измерений показателей качества зерна, приведены ошибки рассматриваемых способов измерений при доверительной вероятности 0,95. Результаты расчетов показывают, что средняя квадратичная ошибка, в сравниваемых способах измерений отличаются незначительно. Коэффициенты вариации при измерении клейковины и протеина отличаются, что связано с разными средними арифметическими значениями результатов измерений. Коэффициент вариации при измерении влажности имеет незначительное отличие. Для рассматриваемых способов определения показателей качества зерна пределы доверительной погрешности при доверительной вероятности 0,95 практически одинаковы.

Таблица 5 — Показатели ошибок измерений

Наименование и обозначение показателя	Клейковина (стандартная оценка)	Клейковина (экспресс-анализ)	Протеин (стандартная оценка)	Протеин (экспресс-анализ)	Влажность (стандартная оценка)	Влажность (экспресс-анализ)
Среднее арифметическое \bar{X}	20,732	21,004	12,168	12,3	12,064	12,064
Средняя квадратичная ошибка S_n	2,49	2,48	1,245	1,224	1,558	1,564
Коэффициент вариации W , %	12,01	11,8	10,23	9,950	12,91	12,96
Пределы доверительной погрешности	$\pm 0,846$	$\pm 0,843$	$\pm 0,423$	$\pm 0,416$	$\pm 0,529$	$\pm 0,531$

Выводы

Анализ результатов оценки измерений показателей зерновых разными способами, позволяет отметить высокие

значения коэффициента корреляции, указывающие на тесную линейную связь. Приведенные усредненные значения по каждому способу оценки поз-

воляет сделать вывод о наличии систематического расхождения при определении клейковины и протеина. Средняя разность между измерениями влажности зерна равна нулю. Стандартные отклонения разностей клейковины, протеина, влажности составили соответственно 0,26, 0,306, 0,173, что невелико по сравнению с самими значениями.

Для рассматриваемых способов определения показателей качества зерна пределы доверительной погрешности при доверительной вероятности 0,95 практически одинаковы. Измерения, полученные обоими способами при оценке клейковины и протеина, согласуются друг с другом, но требуют введения корректирующего коэффициента либо другого средства измерения.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 54478-2011 Зерно. Методы определения количества и качества клейковины в пшенице.

2. ГОСТ 10987-76. Зерно. Методы определения стекловидности.

3. *Гиссин, В. И., Суржиков, М. А.* Аспекты оценки качества процессов товародвижения в международной торговле : моногр. — Ростов н/Д : ИПК РГЭУ (РИНХ), 2014.

4. *Гланц, С.* Медико-биологическая статистика. — McGraw-Hill, 1994; М. : Практика, 1998.

Bibliographic list

1. GOST R 54478-2011 Grain. Methods for determining the quantity and quality of gluten in wheat.

2. GOST 10987-76. Corn. Methods for determining glassiness.

3. *Gissin, V. I., Surzhikov, M. A.* Aspects of quality assessment of product distribution processes in international trade : monograph. — Rostov-on-Don : PPC of RSUE (RINH), 2014.

4. *Glantz, S.* Biomedical statistics. — McGraw-Hill, 1994; М. : Practice, 1998.

А. Г. Кобилев, М. Д. Розин, В. П. Свечкарёв, А. Л. Малюга

МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ НА ОСНОВЕ ТОЧЕК РОСТА СУБЪЕКТОВ ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Аннотация

Исследование моделей формирования интеграционных проектов развития регионов РФ на основе точек роста выявляет ряд важных аспектов, связанных с этапами и управлением этапами их реализации. Представлен вариант интеграции, при котором инновация интегрируется в существующие проекты, а инновация трансформирует проект в систему с иной, новой, направленностью, которая представляет собой систему трехконтурной интеграции, иначе, называемую тернарная модель. В этом случае три плоскости тернарной модели и являются этим механизмом интеграции и саморазвития, когда инновация трансформирует проект в систему с направленностью на развитие. Планирование в рамках тернарной модели предполагает совместное осмысление развития конкретных проектов (точек роста и совмещенных), среды интеграции проектов и структуры их согласованного исполнения. Каждая плоскость тернарной модели должна быть отражена в соответствующих разделах плана реализации Указа: планировании циклов реализации проектов в рамках унарных моделей, планировании циклов развития в рамках бинарных моделей, наконец, планировании непрерывного развития путем ориентации на интеграцию инноваций в рамках структурирования тернарной модели.

Ключевые слова

Указ Президента России, Южный федеральный округ, точки роста, модель, тернарная модель, проект, программа, интеграция, механизм.

A. G. Kobilev, M. D. Rozin, V. P. Svechkariov, A. L. Malyuga

**MANAGEMENT MODELS FOR INTEGRATION PROJECTS
BASED ON GROWTH POINTS OF CONSTITUENT ENTITIES
OF SOUTHERN FEDERAL DISTRICT**

Annotation

Study of models for the formation of integration development projects for regions of Russian Federation on basis of growth points reveals a number of important aspects related to their stages and management of the stages of their implementation. Variant of integration is introduced, when innovation does not integrate into existing projects, but innovation transforms a project into a system with a different new focus, which is a three-loop integration system, otherwise called a ternary model. In this case, three planes of ternary model are the mechanism of integration and self-development, when innovation transforms the project into the system with a focus on development. Planning within the ternary model involves mutual understanding of development of specific projects (growth points and combined points), integration environment of projects and structure of their coordinated implementation. Each plane of ternary model should be reflected in relevant sections of Decree implementation plan: planning the project implementation cycles within unary models, planning the development cycles within binary models, and finally, planning the continuous development by focusing on integrating innovations in the framework of structuring the ternary model.

Keywords

Decree of President of Russia, Southern federal district, growth points, model, ternary model, project, program, integration, mechanism.

Введение

Масштабные задачи, поставленные в Указе Президента России № 204 от 07.05.2018 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г.» [1, 2], требует активного поиска новых механизмов его реализации. Это обстоятельство предопределило цель нашей статьи — исследование эффективных механизмов реализации Указа на уровне Южного федерального округа.

В качестве рабочей гипотезы создания такого рода механизмов, предлагается формирование интеграционных межрегиональных проектов на основе точек роста [3].

Материалы и методы

Анализ возможностей субъектов и Южного федерального округа (ЮФО) в целом по участию в реализации Указа на основе точек роста предлагает опору на систему факторов регионального разви-

тия, которое занимают территориальные локализованные конкурентные преимущества ЮФО, имеющие устойчивый характер и не зависящие от внешних условий [4]. В частности на потенциальные точки роста в так называемых пропульсивных отраслях [5], т. е. наиболее передовых, энергично развивающихся отраслях, которые являются ведущими на данном цикле экономического развития не только в ЮФО, но и в России. Импульсы, исходящие от такого рода точек роста (полюсов роста) позволяют приступить к формированию производственно-территориальной структуры, обеспечивающей новый уровень концентрации производства, науки, культуры и т. д. Исследование моделей формирования интеграционных проектов на основе точек роста выявляет ряд важных аспектов, связанных с этапами и управлением этапами их реализации. Ориентация на формирование и поддержку точек роста

принципиально исключает использование унарных моделей [6, 7] в планировании и реализации проектов в рамках национальных программ. В целях преодоления ограничений, накладываемых данным типом проектов, предлагаются разного рода интегративные механизмы, в частности, на основе бинарных моделей [7]. Особенностью рассмотренных бинарных моделей, описывающих интеграционные механизмы, является сохранение базового цикла проекта точки роста в рамках национальной программы. Однако введение в модели дополнительных контуров с акселераторами роста, с сопутствующими или интегрированными проектами, а также, привлекаемыми ресурсами позволяет снизить риски, вызываемые высокими темпами развития и инновационной проблематикой. Интеграционный потенциал бинарной модели с проектом точки роста в базовом контуре порождает динамичное конкурентное преимущество, т.е. устойчивое, увеличивающееся со временем преимущество, которое не связано с объемом исходного финансирования. Такое преимущество генерирует мощный цикл роста, способный обеспечить серьезное увеличение рентабельности в течение длительного времени [7]. Уже на данном этапе планирования, когда основным трендом являются унарные модели реализации проектов точки роста, описанные механизмы реализации с использованием бинарных моделей, могут быть включены (запущены) либо в рамках управления конкретным региональным центром (областным, республиканским или краевым), либо по инициативе вышестоящей организационной структуры федерального или отраслевого уровня (федерального округа, федерального министерства и т. п.). Однако эффективность такого продвижения от унарной к бинарной модели потребует организации не только мониторинга реализации проекта точки роста, но и мониторинга процедур включения (запуска) иннова-

ционного проекта по одной из бинарных моделей, а далее мониторинг уже реализации интегрированных проектов по бинарной модели. В таком случае необходимо не только выявить на начальном этапе перечень проектов точек роста, представляющих пропульсивные для региона отрасли, но и предусмотреть организационные процедуры включения (запуска) инновационного проекта и дальнейшего мониторинга интегрированного исполнения. Практически повышается эффективность исполнения проекта точки роста, снижаются риски его выполнения, но сам процесс реализации интегрированного проекта остается на периферии мониторинга, а эффективность реализации конкретных механизмов интеграции может быть вообще вытеснена из поля видимости мониторинга. В таких условиях естественным является использование процедур управления изменениями проекта [8], а именно изменениями, связанными с развитием в рамках перехода на бинарные модели. Очевидно, что большинство проектов точек роста в рамках реализации Указа потребует применения именно такого рода методологий управления. При инициировании запросов на изменение, следует организовать их утверждение и исполнение в соответствующем полномоченном на это органе. Стратегия управления изменениями должна быть задокументирована и согласована до начала работ по проекту, на этапе планирования. Это позволит рассматривать управление изменениями в проекте как всеобъемлющий интеграционный процесс, в котором проект точки развития сам инициирует изменение [8]. Однако возможен и иной вариант интеграции, когда не инновация интегрируется в существующие проекты, а инновация трансформирует проект в систему с иной новой направленностью [9].

Теоретико-методологическую основу данной статьи составляет струк-

турный подход к изучению интеграционных проектов, когда выявляются состав элементов константной системы и связи между ними. При этом структура, в зависимости от цели исследования, может быть представлена с использованием теории моделирования социально-экономических систем.

В статье представлено теоретическое исследование моделей управления интеграционными проектами на основе точек роста субъектов РФ в составе ЮФО.

В качестве инструментария формализации используется когнитивная модель, определяемая в теории графов как знаковый орграф [10]. Исследование произведено в рамках современной концепции когнитивной социальной аналитики [11], интерпретируемой в контексте теории полюсов роста [3].

Результаты

Когнитивная модель цикла интеграции инновации и базового проекта точки роста представлена на рисунке 1.

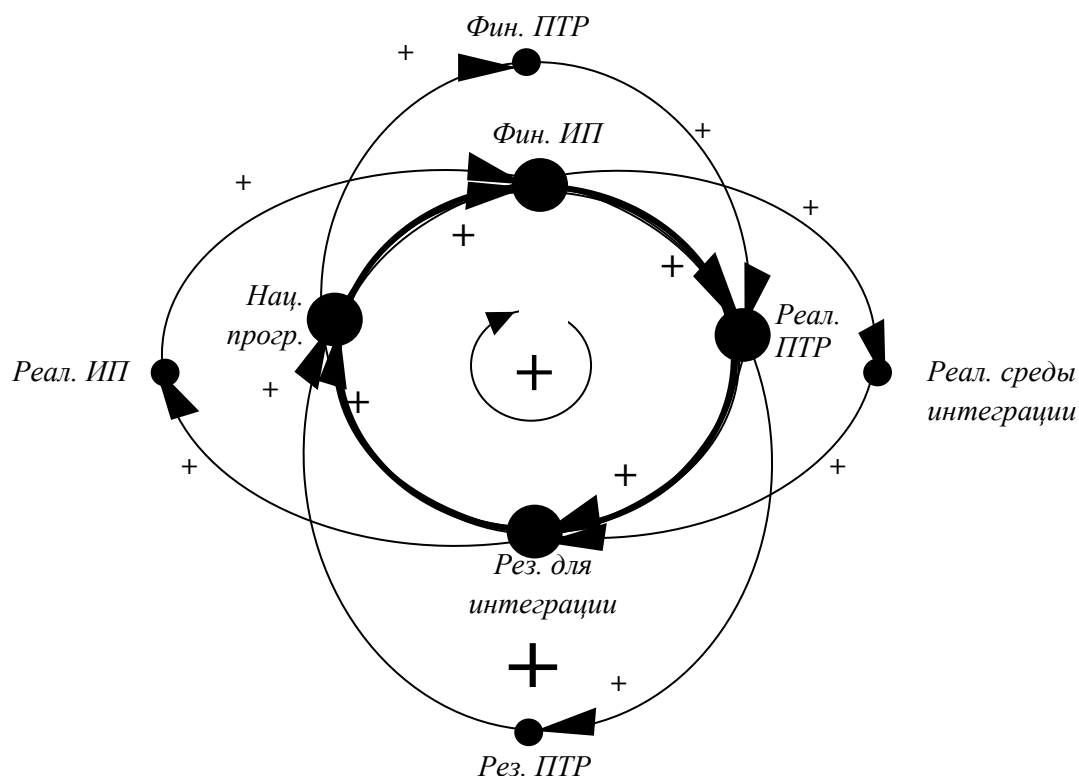


Рисунок 1 — Модель базового цикла интеграции инноваций с проектом точки роста в качестве акселератора роста

Модель позволяет принципиально изменить стратегию организации выполнения положений Указа. Базовый цикл развития планируется в ней в рамках национальной программы (фактор Нац. прогр.), в ней декларируется базовая ориентация на интеграцию инноваций и организуется финансирование как проекта точки развития (фактор Фин. ПТР), так и инновационных проектов (фактор Фин. ИП), сопутствующих проекту точки развития. В базовый (центральный) контур

также включены факторы реализация проекта точки роста (Реал. ПТР) и результатов развития среды интеграции инноваций (Рез. для интеграции). Каждый из факторов базового цикла уже при планировании определяется в качестве узлового, а именно, порождающего соответствующий акселератор роста и, соответственно, использующий потенциал акселератора (диаметрально противоположного) для «разгона» базового контура. По количеству факторов базового контура

таких контуров должно быть также четыре. Первый из них — контур организации финансирования проекта точки развития (фактор Фин. ИП). В нем проект является акселератором одной из пропульсивных для региона отраслей.

В контур проекта точки развития входят факторы базового контура Реал. ПТР, Рез. для интеграции и Нац. прогр. Аналогично, акселераторы реализация интегрированных проектов (Реал. ИП), реализация среды интеграции (Реал. среды интеграции) и результаты проекта точки развития (Рез. ПТР) создают с тремя соответствующими факторами базового контура цикла непрерывного развития за счет включения в ритм пропульсивного движения. Этот ритм, задаваемый базовым контуром, инициирует развитие в каждом из контуров акселераторов. Вызываемый отклик развития, естественно, будет иметь разную амплитуду, продолжительность и фазу, но взаимное наложение их реакций в базовом контуре формирует уже непрерывный (пусть и пульсирующий) поток самоподдержки и саморазвития.

Наконец, следует отметить, что в модели формируются и контура, включающие по два акселератора роста и два фактора базового цикла развития. Например, акселераторы финансирования проекта точки развития (фактор Фин. ИП) и результатов проекта точки развития (Рез. ПТР) и факторы базового контура национальной программы (фактор Нац. прогр.) и результатов проекта точки развития (Рез. ПТР) образуют контур реализации проекта точки развития — тот самый, что в бинарной модели являлся базовым. В данной модели контур проекта развития и базовый контур развития являются сонаправленными и целевым образом синхронизированными. Так в модели организована система трехконтурной интеграции, иначе, называемая тернарная модель [6].

Представим определение тернарной модели для данного случая.

Модель (конкретного типа) системы (проекта), формализующая струк-

турные или функциональные аспекты исследования, полученная в результате соединения двух и более унарных диаграмм, каждая из которых характеризуется заданными (или востребованными) уровнем абстракции и существенным свойством системы (проекта), называется **тернарной**, если позволяет исследовать новое искомое существенное свойство системы и описывает (содержит) механизм получения (развития) указанного существенного свойства в виде переходной унарной диаграммы.

Выводы

Описанные три плоскости тернарной модели и являются этим механизмом интеграции и саморазвития, когда инновация трансформирует проект в систему с направленностью на развитие. Планирование в рамках тернарной модели предполагает совместное осмысление развития конкретных проектов (точек роста и совмещенных), среды интеграции проектов и структуры их согласованного исполнения. Каждая плоскость тернарной модели должна быть отражена в соответствующих разделах плана реализации Указа: планирование циклов реализации проектов в рамках унарных моделей, планирование циклов развития в рамках бинарных моделей, наконец, планирование непрерывного развития путем ориентации на интеграцию инноваций в рамках структурирования тернарной модели.

Библиографический список

1. Указ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г.» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : kremlin.ru/events/president/news.

2. *Малюга, А. Л., Свечкарёв, В. П.* К вопросу о реализации Указа Президента России от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г.» в Южном федеральном округе // Инженерный вестник Дона. — 2018. — № 3.

3. *Boudeville, J.* Problems of regional economic planning. — Edinbyrgh, 1992.

4. *Мищенко, К. Н.* Реализация концепции «точек роста» в региональной экономической политике (на примере Ростовской области) // Финансовые исследования. — 2015. — № 3 (48). — С. 208–215.

5. *Клевцова, М. Г., Положенцева, Ю. С.* Формирование системных принципов индикативного воздействия при стимулировании пропульсивных отраслей региона // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. — 2017. — № 1 (31). — С. 29–35.

6. *Свечкарёв, В. П.* Системный анализ высокотехнологичных систем: информационный подход. — Ростов н/Д: Изд-во СКНЦВШ, 2006.

7. *Розин, М. Д., Свечкарёв, В. П., Малюга, А. Л.* Модели формирования интеграционных проектов на основе точек роста субъектов Южного федерального округа // Инженерный вестник Дона. — 2018. — № 4.

8. *Суховерхов, Н. Ю.* Современный взгляд на управление изменениями проекта и потребность в управлении изменениями, инициируемыми проектом // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2017. — № 11. — С. 199–201.

9. *Moira, A.* What's difference between project management and change management? // СЮ. — 19.09.2016.

10. *Свечкарёв, В. П.* Когнитивные модели социальной аналитики: учеб. пособие. — Ростов н/Д: Изд-во Ростовского отделения РИА, 2017.

11. *Старостин, А. М.* Когнитология и когнитивная аналитика в социально-гуманитарных исследованиях: состояние и перспективы развития // Государственное и муниципальное управление: уч. зап. — 2014. — № 2. — С. 9–20.

Bibliographic list

1. Decree «about national purposes and strategic problems of development of Russian Federation until 2024» [Electronic

resource]. — Mode of access: kremlin.ru/events/president/news.

2. *Malyuga, A. L., Svechkaryov, V. P.* To a question of implementation of Decree of President of Russia of 07.05.2018 № 204 «About national purposes and strategic problems of development of Russian Federation until 2024» in Southern Federal District // Engineering bulletin of Don. — 2018. — № 3.

3. *Boudeville, J.* Problems of regional economic planning. — Edinbyrgh, 1992.

4. *Mishchenko, K. N.* Implementation of concept of growth points in regional economic policy (on example of Rostov region) // Financial researches. — 2015. — № 3 (48). — P. 208–215.

5. *Klevtsova, M. G., Polozhentseva, Yu. S.* Formation of system principles of indicative influence at stimulation of propulsive industries of region // Theory and practice of service: economy, social sphere, technologies. — 2017. — № 1 (31). — P. 29–35.

6. *Svechkaryov, V. P.* System analysis of hi-tech systems: information approach. — Rostov-on-Don, 2006.

7. *Rozin, M. D., Svechkariov, V. P., Malyuga, A. L.* Model of formation of integration projects on basis of points of growth of subjects of Southern Federal District // Engineering bulletin of Don. — 2018. — № 4.

8. *Sukhoverkhov, N. Yu.* Modern view on management of changes of project and need for management of changes initiated by project // Economy and business: theory and practice. — 2017. — № 11. — P. 199–201.

9. *Moira, A.* What's difference between project management and change management? // СЮ. — 19.09.2016.

10. *Svechkariov, V. P.* Cognitive models of social analytics: textbook. — Rostov-on-Don: Publishing house of Rostov office of RIA, 2017.

11. *Starostin, A. M.* Cognitology and cognitive analytics in social-humanitarian researches: state and prospects of development // Public and municipal administration. — 2014. — № 2. — P. 9–20.

Ю. В. Копылова

АНАЛИЗ ЭТАПОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Аннотация

На настоящий момент времени еще не существует единой универсальной методики, способствующей эффективной разработке стратегии социально-экономического развития региона, а те типовые подходы осуществления стратегического планирования, которые чаще всего применяются на практике, являются адаптированной версией методик, используемых в корпоративном управлении. Но и их нельзя использовать полноценно, поскольку нужно учитывать, что целями разработки стратегии развития региона являются специфические задачи, присущие только лишь территориальному планированию, — поиск источников эффективности и повышения социально-экономического развития региона на основе повышения материального благосостояния населения региона и роста человеческого капитала. В статье рассмотрены основные аспекты построения стратегического плана развития региона, основные этапы стратегического регионального планирования, а также система целевых индикаторов, позволяющая оценить корректность примененного алгоритма планирования.

Ключевые слова

Региональное развитие, территориальное планирование, целевые индикаторы развития.

Yu. V. Kopylova

ANALYSIS OF STAGES OF STRATEGIC PLANNING OF REGIONS DEVELOPMENT

Annotation

Currently time does not exist the uniform universal technique promoting effective development of strategy of social and economic development of region yet, and standard approaches of implementation of strategic planning which are most often put into practice are adapted version of techniques used in corporate management. But also they cannot be used fully as it is necessary to consider that the purposes of development of strategy of development for region are specific tasks inherent only territorially in planning, — search of sources of efficiency and increase in social and economic development of region on basis of increase in material well-being of population of region and growth of human capital. In article the main aspects of creation of strategic development plan for region, the main stages of strategic regional planning and also system of target indicators allowing to estimate correctness of applied planning algorithm are considered.

Keywords

Regional development, territorial planning, target indicators of development.

Введение

Стратегическое планирование развития региона является управленческим процессом и представляет собой цепочку последовательных и целенаправленных

действий, осуществляемых органами власти и управления. Благодаря разделению данного процесса на этапы появляется возможность обеспечить выполнение иерархии целей и задач, а также

сформировать состав субъектов и объектов управления на каждом этапе. Разработка стратегического плана развития региона — важнейшая задача как региональной науки, так и ее практического воплощения в процессе управления регионом, и она реализуется в процессе совместной работы высшего руководства региона и ученых, занимающихся вопросами региональной экономики.

Материалы и методы

Процедура стратегического планирования развития территории начинается с осознания миссии региона и целей проведения данной процедуры, отбора подходящих для использования стратегий, определения наличия необходимых ресурсов и возможностей их дополнительного привлечения и последующего распределения. В широком смысле слова стратегическое планирование можно воспринимать как последовательный набор действий и управленческих решений, направленных на достижение установленных целей. При этом используются традиционные инструменты менеджмента — анализ существующих проблем, оценка окружающей среды, SWOT и PEST-анализ, разработка сценариев развития, построение дерева решений, прогнозирования социально-экономического развития объекта управления.

Результаты

Стратегическое планирование развитие региона имеет свою специфику, и для того, чтобы грамотно его осуществить, необходимо иметь в виду, что с позиции системного подхода регион как объект стратегического управления не является «монолитным», так как представляет собой совокупность шести взаимосвязанных макроподсистем:

- регионального хозяйства, включающего всю инфраструктуру, обеспечивающую жизнедеятельность региона;
- производственной сферы, включающей все отрасли материального производства (кроме АПК), и формирующей показатель валового регионального продукта;

- агропромышленного комплекса;
- социальной сферы, включающей отрасли воспроизводства и культурного развития населения региона;
- финансово-экономической сферы;
- управленческой сферы, включающей все многообразие федеральных, региональных и муниципальных органов власти в регионе.

В качестве конечного результата стратегического развития территории выступает степень достижения социального эффекта, получаемого в ходе проведения соответствующих мероприятий, а именно — показатели роста благосостояния населения региона.

Исходя из изложенного, разделами стратегического планирования являются следующие взаимосвязанные элементы (рис. 1), выполнение которых позволяет приблизиться к конечной цели планирования. Из данных, представленных на рисунке 1, видно, что стратегический план развития региона как управленческий документ, должен содержать в себе описание следующих направлений деятельности по развитию региона: цели развития региона; характеристику путей достижения поставленных целей; анализ потенциальных возможностей, реализация которых даст региону дополнительные конкурентные преимущества; перечень методов решения поставленных задач; оценку ресурсов, требующихся для выполнения целей; сравнение способов применения имеющихся ресурсов [3].

Стратегическое планирование экономического развития региона представляет собой непрерывный процесс и ставит ограничивающие рамки принятия как текущих, так и перспективных решений. Объективная необходимость существования грамотного стратегического плана экономического развития региона объясняется тем, что его наличие позволяет принимать обоснованные и более целесообразные экономические решения, основанные на большом объеме фактологического материала.

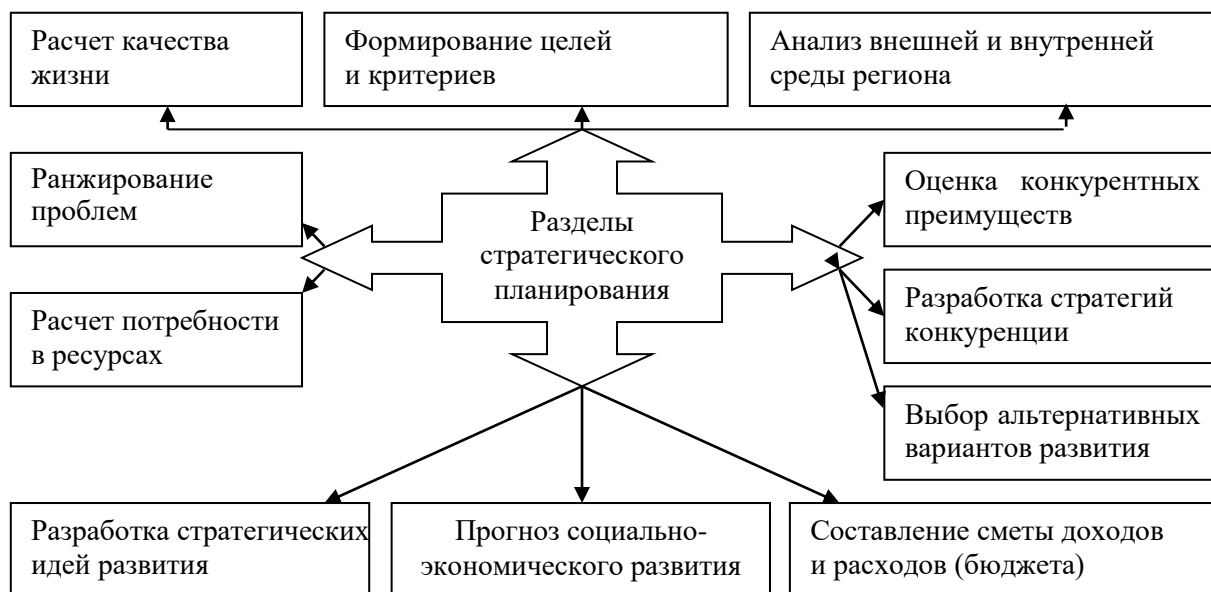


Рисунок 1 — Разделы стратегического планирования развития региона

Конечным результатом процесса стратегического планирования является не составление самого плана, а именно экономическое развитие региона, успешность которого будет зависеть от управленческих действий, принимаемых в рамках разработанного и утвержденного на региональном уровне стратегического плана.

Обсуждение

Являясь важнейшей составляющей современных управленческих технологий, стратегическое планирование требует достаточно серьезного изменения принципов и приоритетов работы органов территориального управления, что вызывает необходимость грамотного делегирования и распределения функций стратегического планирования между представительными и исполнительными органами власти, а также привлечения к данному процессу специалистов из разных областей знаний. Рассмотрим подробно все этапы стратегического планирования развития региона.

На **первой стадии** осуществляется определение целей развития региона. На данном этапе требуется четко сформулировать систему целей развития, соответствующих требованиям измеримости, достижимости, ориентированности

во времени и непротиворечивости. Грамотно сформулированная система целей способна принести гораздо больше пользы, чем финансовые средства в форме субсидий или дотаций, полученные из федерального бюджета и направленные на погашение текущей задолженности.

Самые общие цели или главную цель обычно называют миссией, которая распадается на подцели и задачи, необходимые для их достижения. Общая цель дает характеристику необходимого состояния развития региона на определенные промежуточные этапы развития, она краткая и емкая. Как правило, при ее формировании устанавливают качественные параметры среды проживания в регионе и определяют перечень количественных и качественных ориентиров экономического развития. Эти цели необходимы как критерий развития и ориентир для дальнейших действий и принятия действительно эффективных управленческих решений. Расплывчатые формулировки общей цели недопустимы.

Так как основной целью развития любого региона является устойчивое улучшение качества жизни жителей, то ее можно описать с помощью опреде-

ленных характеристик и параметров развития региона как многофункционального и интегрированного в российскую и мировую экономику экономического субъекта, открытого для инвестиций и благоприятного для проживания.

Стратегический план, в зависимости от того региона, для которого он составляется, может преследовать достижение одной из трех стратегических целей: повышение инвестиционной привлекательности региона и привлечение внешних инвестиций; налаживание бизнес-связей с другими регионами или странами; создание комфортного социального пространства, максимальное исполнение всех социальных гарантий.

Второй этап планирования развития региона включает в себя анализ внешней среды его развития, в процессе чего оцениваются основные социально-экономические показатели: объемы ВВП, состояние инвестиционного климата, уровень различных рисков, темпы инфляции, наличие перспектив экономического роста. Также осуществляется сравнительный анализ экономического развития других регионов, которые могут быть сопоставлены по уровню своего развития с исследуемым регионом, и на основе этого делаются выводы о степени влияния на развитие различных внешних факторов.

С помощью данного анализа выявляются отрасли и виды деятельности, приоритетные для данного региона и способные обеспечить ему конкретные преимущества и экономическое благополучие, что позволяет сформировать систему мер, направленную на поддержку именно этих отраслей и реализацию имеющегося у региона потенциала [1]. Фактически, данный анализ — это SWOT-анализ региона, но только на макро-уровне, так как в процессе его проведения также определяются сильные и слабые стороны региона, его риски и возможности для развития. Делается это на основе оценки его географиче-

ского положения, макроэкономической ситуации в стране, с учетом основных экономических трендов и демографических тенденций.

Третий этап планирования позволяет раскрыть внутренний потенциал развития региона за оценки слабых и сильных сторон — то есть здесь опять же присутствует SWOT-анализ, только уже на локальном уровне. Специфика проведения SWOT-анализа территории (в отличие от организаций), заключается в том, что оценке будут подвергаться три вида ресурсов, имеющихся в регионе: человеческие, природные и экономические ресурсы. На основе такого анализа регионального потенциала можно сформировать так называемое «портфолио» региона на текущий момент времени, предположить тенденции его развития и изменения в будущем, а также оценить его успешность по сравнению с другими регионами.

На **четвертой стадии** стратегического планирования оцениваются возможности использования имеющихся преимуществ и перспективы создания новых. Данный этап включает в себя следующие мероприятия:

- оценка возможностей применения тех преимуществ, которые уже есть в регионе, например, благоприятного географического расположения, близости к рынкам сбыта, хорошей демографической ситуации, развитой инфраструктурой;

- анализ результатов реализации предыдущих программ, направленных на социально-экономическое развитие региона;

- выявление факторов, которые в прошлом приводили к успехам или неудачам при реализации программ социально-экономического развития, анализ принимаемых в те периоды времени управленческих решений по вопросам регионального экономического развития;

- определение внутренних факторов регионального развития, а также

основных и дополнительных отраслей, для того чтобы определить какую стадию развития проходит регион: индустриальную, постиндустриальную или доиндустриальную.

– выявление сфер деятельности и факторов, которые могут способствовать созданию добавленной стоимости, и по результатам этого исследования — уточнение целей экономического развития региона.

Пятый этап планирования очень важен тем, что именно на этом этапе выявляются отличительные особенности региона, которые могут сделать его уникальным по сравнению со всеми другими и дать ему дополнительные конкурентные преимущества, но и также могут существенно ограничивать его развитие. Основное внимание при этом уделяется на формирование таких преимуществ, как развитая инфраструктура, современные коммуникации, отлаженная система безопасности, институциональное развитие региона, грамотная промышленная политика, наличие квалифицированных трудовых ресурсов, благоприятный для инвесторов климат.

По завершении данного этапа стратегического планирования социально-экономического развития региона принимаются решения о том, как эффективно использовать сильные стороны региона и преодолеть его слабые стороны.

Разработка концепции и стратегии развития региона осуществляется на пятом этапе планирования, в ходе которого формируются окончательные итоги о целях развития региона, утверждается перечень наиболее значимых факторов, влияющих на его развитие, утверждаются механизмы и методы управления региональным развитием, которые будут применяться по отношению к данному региону. Данные итоги подводятся на основе определения новых тенденций развития региона, с учетом региональных особенностей, а также этапа развития, на котором находится регион

в настоящее время. В сформированном по итогам завершения данного этапа документе должны содержаться сведения о приоритетных направлениях развития региона, имеющемся объеме ресурсов для развития, а также перечень конкурентных преимуществ региона. На основе учета данных аспектов формируются альтернативные варианты стратегий, производится их сравнительная оценка, выбирается оптимальный вариант, который в последующем дорабатывается за счет использования интересных идей и предложений, содержащихся в других вариантах стратегий, который не были выбраны для реализации.

На **шестом этапе** осуществляется разработка плана действий и реализация стратегии. Как правило, данный план содержит подробный перечень мероприятий, необходимых для реализации намеченных целей, календарный график их проведения, список ответственных лиц, перечень показателей, которые будут служить критериями эффективности достижения цели, предполагаемые результаты, финансовый план, а также план проведения контрольных мероприятий для отслеживания хода реализации стратегии. Так как на этом этапе принимаются решения относительно финансирования всех мероприятий, то очень важно обеспечить целевой характер данных затрат. Для этого на уровне региональных и муниципальных органов власти часто применяется методика бюджетирования, ориентированного на результат, а также система ключевых показателей эффективности.

Седьмой, завершающий этап планирования связан с последующим анализом эффективности и результативности принятой стратегии развития, поэтому осуществляется он уже после того, как реализованы все предусмотренные стратегией мероприятия. По итогам производится корректировка целей и методов их достижения. Контрольные мероприятия могут носить сквозной характер

и осуществляться на протяжении всего периода реализации стратегии в форме проведения мониторинга социально-экономического состояния региона с отслеживанием того как меняется ситуация в процессе выполнения тех или иных мероприятий. Возможен также контроль основных показателей развития региона по завершении каждого промежуточного этапа реализации стратегии.

Мониторинг и оценка деятельности нужны для того, чтобы убедиться, что проводимые мероприятия приводят к намеченным результатам, бюджетные средства используются эффективно. Если ход реализации стратегии показывает хорошие результаты, то необходимости в ее корректировке не возникает. Стоит отметить, что необходимо осуществлять и мониторинг и проводить периодическую оценку реализуемых мероприятий — эти процедуры совершенно разные, и направлены на выявление разных показателей — в ходе мониторинга отслеживаются результаты, а в ходе оценки производится сравнение полученных результатов с нормативными и плановыми показателями.

Последовательное осуществление данных этапов стратегического планирования развития региона дает возможность выявить макроэкономические характеристики, оценить уровень межрегиональных связей, проанализировать текущее социально-экономическое положение региона, осуществить грамотный выбор стратегического направления модернизации и роста региональной экономики, провести организационно-экономические мероприятия, способствующие развитию территории, а также с помощью ключевых индикаторов оценить степень достижения запланированных результатов [4].

Практическая реализация поэтапного стратегического планирования развития региона происходит в процессе разработки стратегических планов,

которые имеют свое документальное воплощение в виде региональной стратегии социально-экономического развития. Поэтому на практике решение вопросов стратегического планирования происходит через разработку двух документов — Стратегии социально-экономического развития и Плана реализации Стратегии. Процесс стратегического планирования развития региона можно проследить, например, в ходе анализа Стратегии социально-экономического развития Ростовской области на период до 2030 г. Отметим, что концептуальной основой развития региона обозначено ее устойчивое развитие, которое в развитых странах считается самой прогрессивной концепцией стратегического планирования. «Устойчивое развитие» означает непрерывное поступательное развитие, в ходе которого обеспечивается согласованность интересов настоящего и будущих поколений, взаимоувязка оперативных и стратегических целей развития.

В рамках новой Стратегии Ростовской области концепция устойчивого развития дает возможность согласовать долгосрочные цели по трем составляющим: «Общество», «Экономика» и «Территория», которые являются для региона приоритетными направлениями стратегического развития и реализуются с помощью трех региональных государственных **политик**: социальной, экономической и пространственной. На рисунке 2 представлена система ценностных ориентиров развития Ростовской области во взаимоувязке с целями устойчивого развития региона. Целевой сценарий представляет собой оптимальный вариант социально-экономического развития Ростовской области, обеспечивающий достижение установленных приоритетов и целей Стратегии Ростовской области при улучшении макроэкономических условий и повышении эффективности использования ресурсов региона [2].



Рисунок 2 — Система целей и ценностных ориентиров развития Ростовской области*

* Составлен по материалам [5].

Стратегия Ростовской области рассчитана на 12 лет (с 2019 до 2030 г.) и будет реализована в три этапа.

Первый этап (2019–2021 гг.) нацелен на обеспечение условий для прорывного роста и базируется на реализации конкурентных преимуществ региона с целью повышения эффективности и управляемости экономики, роста качества человеческого капитала, обеспечения социального благополучия населения. Темпы роста будут возрастать постепенно в силу продолжающейся адаптации российской и региональной экономики к нестабильным экономическим условиям в мире.

Второй этап (2022–2024 гг.) продолжает реализовывать текущие конкурентные преимущества, которыми обладает экономика региона, но при этом формирует новые элементы конкурентоспособности в тесной корреляции с выполнением основных показателей развития, определенных в Указе Президента РФ № 204 от 07.05.2018 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на

период до 2024 г.». Будут развернуты масштабные программы, направленные на внедрение энергоэффективных и ресурсосберегающих технологий, обеспечивающих устойчивое воспроизводство уникальной экосистемы Донского края.

Третий этап (2025–2030 гг.) нацелен на полномасштабную реализацию возможностей развития за счет реализации стратегических проектных инициатив. Произойдет рывок в повышении конкурентоспособности экономики, будут созданы условия достижения глобальной конкурентоспособности Ростовской области в рамках ключевых направлений, существенное воздействие на развитие окажет реализация потенциала научно-технологического и политико-управленческого центра Юга России, в результате которой произойдет запуск ряда инновационных проектов.

Из данных таблицы 1 видно, на самом верхнем уровне находится система целеполагания, которая представлена пятью показателями, обобщающими результаты реализации Стратегии Ростовской области по целевому сценарию.

Таблица 1 — Индикаторы реализации целевого сценария Стратегии Ростовской области [5]

Наименование показателя	2017 г.	2021 г.	2024 г.	2030 г.
Прирост численности населения к предыдущему году, тыс. чел.	-5,4	-7,3	0	4,5*
Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, лет	73,03	76,0	77,27	80,34
Валовой региональный продукт (в текущих ценах), млрд руб.	1 344,0**	1 763,9	2 194,5	3 828,3
Прирост физического объема валового регионального продукта, в процентах к 2017 г.	100	111,2	123,0	166,0
Объем инвестиций в основной капитал (в текущих ценах, млрд руб.)	324,9	344,4	476,2	916,1
Прирост физического объема инвестиций в основной капитал, в % к 2017 г.	100	88,5	107,6	158,2
Среднедушевые денежные доходы населения, руб.	27 689,9	39 791,5	54 028,7	99 696,7
Реальные денежные доходы населения, в % к 2017 г.	100	120,0	145,3	220,1

* Прирост к 2024 г. ** Предварительные данные.

Выводы

Достижение целей социально-экономического развития Ростовской области в 2030 г. в рамках целевого сценария в результате позволит получить фундаментальные трансформационные эффекты:

- изменение тенденции естественной убыли населения области на стабильный прирост, в том числе за счет увеличения средней продолжительности жизни свыше 80 лет;

- увеличение масштабов экономики региона в 1,7 раза на основе технологического обновления производства и роста инвестиций в основной капитал в 1,6 раза;

- рост в 3,2 раза и достижение сбалансированности межрегионального внешнеторгового оборота региона вследствие опережающих темпов роста обрабатывающих производств над оборотом розничной торговли (прогноз внешнеторгового оборота представлен в приложении № 2 к настоящей Стратегии Ростовской области);

- развитие человеческого капитала, ускоренный прирост высокопроизводительных рабочих мест в экономике региона на основе повышения реальных среднедушевых денежных доходов в 2,2 раза.

Приближаясь к стратегическому рубежу 2030 г., Ростовская область в результате проведения системных преобразований конвертирует свой потенциал в ускорение экономического роста и создание территории социального благополучия.

В настоящее время роль регионального стратегического планирования возрастает, и оно становится необходимым условием роста эффективности управления регионом. Несмотря на то что методологически вопросы регионального развития в нашей стране достаточно хорошо проработаны, остается целый ряд теоретических и практических вопросов стратегического планирования развития региона, которые еще до конца не проработаны.

Серьезная дифференциация социально-экономического развития российских регионов не дает возможность использовать в этих целях единый инструментарий и применять универсальные для любого региона методики управления. Решение представленных проблем будет способствовать устойчивому развитию российских регионов, что приведет в конечном итоге к повышению уровня и качества жизни населения.

Библиографический список

1. Балакина, Г. Ф. Проблемы определения эффективности реализации стратегии развития региона // Региональная экономика: теория и практика. — 2017. — № 8. — С. 44–53.
2. Виноходова, Г. А., Лихолетова, Н. В. Стратегическое планирование социально-экономического развития регионов Юга России: проблемы и пути решения // Вестник Таганрогского университета управления и экономики. — 2015. — № 1. — С. 13–21.
3. Гапоненко, А. Л. Стратегическое планирование социально-экономического развития региона // Пространственная экономика. — 2005. — № 4. — С. 32–41.
4. Печкина, Е. В. Методы и инструменты стратегического планирования регионального развития // Вопросы экономики и управления. — 2016. — № 4. — С. 78–80.
5. Стратегия социально-экономического развития Ростовской области на период до 2030 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://don2030.mineconomikiro.ru>.

Bibliographic list

1. Balakina, G. Ph. Problems of determination of efficiency of implementation of strategy of development for region // Regional economy: theory and practice. — 2017. — № 8. — P. 44–53.
2. Vinokhodova, G. A., Likholetova, N. V. Strategic planning of social and economic development of regions of South of Russia: problems and solutions // Bulletin of Taganrog university of management and economy. — 2015. — № 1. — P. 13–21.
3. Gaponenko, A. L. Strategic planning of social economic development of region // Spatial economy. — 2005. — № 4. — P. 32–41.
4. Pechkina, E. V. Methods and instruments of strategic planning of regional development // Questions of economy and management. — 2016. — № 4. — P. 78–80.
5. Strategy of social and economic development of Rostov region until 2030 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://don2030.mineconomikiro.ru>.

*Н. Г. Кузнецов, С. Г. Тяглов,
М. А. Пономарёва, Н. Д. Родионова*

**АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ И МЕТОДОВ ОЦЕНКИ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ
НАИЛУЧШИХ ДОСТУПНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ¹**

Аннотация

Высокая степень изношенности основных фондов отечественных промышленных предприятий и необходимость решения острых экологических проблем обусловила целесообразность скорейшего внедрения и использования предприятиями-загрязнителями окружающей среды наилучших доступных технологий (НДТ). Процесс внедрения НДТ уже давно не связывают только лишь с природоохранной деятельностью, так как современные НДТ превратились в комплексный инструмент, способный решить целый ряд эколого-экономических задач и способствующий развитию промышленной политики.

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00860 «Формирование организационно-экономического механизма управления устойчивым развитием региональных инновационных систем на основе наилучших доступных технологий».

В статье рассматривается экономический аспект внедрения наилучших доступных технологий с двух сторон: с одной стороны, анализируются государственные меры экономического характера, направленные на стимулирование внедрения НДТ со стороны предприятий; с другой стороны, анализируется экономический инструментарий, с помощью которых предприятием может самостоятельно оценить эффект от внедрения НДТ. Таким образом, к внедрению НДТ предприятие могут и должны стимулировать как внешние меры (законодательство), так и внутренние (осознание необходимости выгоды внедрения НДТ руководством самого предприятия).

Ключевые слова

Наилучшие доступные технологии, оценка экономической эффективности внедрения наилучших доступных технологий, экономическое стимулирование внедрения доступных технологий.

*N. G. Kuznetsov, S. G. Tyaglov,
M. A. Ponomariova, N. D. Rodionova*

ANALYSIS OF TOOLS AND METHODS OF EVALUATING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF BEST AVAILABLE TECHNIQUES' PROMOTION

Annotation

High depreciation of fixed assets of domestic industrial enterprises coupled with the need to handle acute environmental issues triggered the expeditious introduction and utilization of the best available techniques (hereafter BAT) by companies-environmental polluters. Process of BAT promotion is no longer associated only with environmental protection activities, since modern BATs have become a comprehensive tool to resolve a range of environmental and economic issues and contribute to the development of industrial policy as well.

Economic aspect of promoting the best available techniques from two standpoints analyzed. Firstly, analyzed state economic measures aimed at stimulating the promotion of BAT at enterprises. Secondly, analyzed economic toolkit to be used by enterprises to independently evaluate the BAT implementation outcomes. Companies could and should promote both external (legislation) and internal (realization of beneficial need for BAT promotion) measures.

Keywords

Best available techniques, evaluation of economic efficiency of best available techniques' promotion, economic incentive of best available techniques' promotion.

Введение

Наилучшие доступные технологии, являясь в первую очередь инструментом экологической политики и преследуя цель снижения негативного воздействия на окружающую среду, оказывают непосредственное влияние и на экономическую политику хозяйствующих субъектов, так как неизбежно ведут к модернизации производства. При этом переход на НДТ подразумевает в

первую очередь внедрение технологий, предотвращающих загрязнение окружающей среды благодаря более эффективному использованию сырья и энергоресурсов (ресурсосбережение и повышение энергоэффективности производств) [2].

Материалы и методы

Показатели удельного потребления энергии на тонну выпускаемой продукции часто относят к ключевым ха-

рактикам НДТ, прописанным в соответствующих справочниках. В результате внедрение НДТ ведет к росту не только экологической, но и экономической эффективности предприятий, а, следовательно, и к росту их конкурентоспособности [2].

В качестве основного ограничения для перехода отечественных предприятий на НДТ можно отметить необходимость привлечения существенных объемов финансовых ресурсов на реализацию соответствующих инвестиционных проектов. К этому также добавилось значительное увеличение издержек на приобретение импортного оборудования из-за сильной девальвации рубля, курс которого до сих пор характеризуется высокой волатильностью [5]. Таким образом, реализация капиталоемких инвестиционных проектов по модернизации производств посредством внедрения НДТ в условиях высокой стоимости

привлечения заемных средств в стране может не дать положительного эффекта или даже отрицательно повлиять на экономические показатели деятельности предприятий.

Ускоренное проведение модернизации производственного оборудования и переход на использование наилучших доступных технологий для большинства отраслей экономики возможно только при наличии адекватной государственной поддержки. Объемы поддержки определяются в зависимости от требуемой величины инвестиций, необходимых для активизации процессов внедрения НДТ. На рисунке 1 приведена диаграмма, отражающая в долевом соотношении объемы предоставляемой финансовой поддержки отраслям экономики РФ, направляемой на инвестирование в основной капитал предприятий. Общая сумма государственных инвестиций до 2020 г. составляет 2,88 трлн руб.

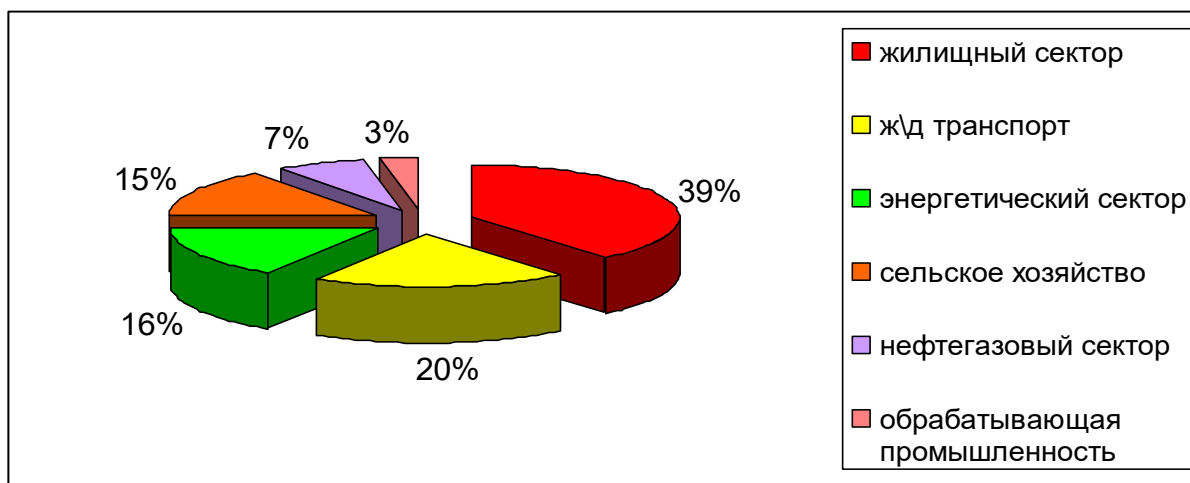


Рисунок 1 — Государственная поддержка отраслей РФ до 2020 гг.*

* Составлен по данным [6].

Экспертные оценки показывают, что осуществление модернизации промышленности с учетом принципов НДТ принесет экономике страны дополнительный прирост ВВП в размере около 0,69 п. п. ежегодно [3], поэтому можно говорить о том, что дополнительное инвестирование наилучших доступных

технологий, позволяет не только улучшить финансовое состояние предприятий, но и темы экономического роста в стране. Основой такого роста выступает добавленная стоимость, появляющаяся при покупке нового оборудования (40 % которого является российским [3]) и осуществлении строительно-монтажных

работ. Инвестирование в наилучшие доступные технологии формирует дополнительные объемы выручки для строительной и машиностроительной отрасли, что позволяет им повышать свою конкурентоспособность. Таким образом, капитальные вложения в НДТ позволяют достичь мультипликативного эффекта. Основное внимание должно быть уделено государственным мерам экономического стимулирования перехода на НДТ. Пла-

нируется, что предприятиям, осуществляющим переход на НДТ, будет оказана государственная поддержка: возмещение процентных ставок по кредитам, ускоренная амортизация оборудования НДТ, зачет платы за негативное воздействие на окружающую среду в счет инвестиций (до 100 %), освобождение от взимания платы за негативное воздействие на окружающую среду после внедрения НДТ (табл. 1).

Таблица 1 — Меры экономического стимулирования внедрения НДТ

ЛЬГОТЫ	САНКЦИИ
1. В процессе внедрения НДТ	1. При нарушении сроков внедрения НДТ
Зачет платы за негативное воздействие в счет инвестиций	Пересчет платы за негативное воздействие с применением повышенных коэффициентов
2. После внедрения НДТ	2. При отказе от внедрения НДТ
Зачет платы за негативное воздействие в счет инвестиций до 100 %	Рост платы за негативное воздействие до размеров, сопоставимых с затратами на очистку выбросов и сбросов вредных веществ
Отказ от взимания платы за негативное воздействие	
Ускоренная амортизация оборудования НДТ	
Возмещение процентной ставки по кредиту в счет налога на прибыль	

При определении оптимального перечня стимулирующих механизмов необходимо учитывать специфику отрасли и особенности секторальных «узких мест», которые препятствуют росту конкурентоспособности отечественной промышленности на глобальном рынке. К критериям, определяющим актуальность используемого инструментария, могут быть отнесены: фискальный, монетарный, рыночный и технологический [3].

Основной механизм фискального стимулирования заключается в возможности предприятий, внедряющих НДТ, воспользоваться налоговым маневром, дающим возможность значительно уменьшить налоговую нагрузку. Также в качестве одного из стимулов к модернизации производства и внедрению принципов НДТ могут быть законодательные ограничения на вывоз продукции низких переделов. В качестве примера можно привести отмену возврата

НДС в случае экспорта товаров, относящихся к данным ограничениям. Параллельно можно использовать такой стимулирующий инструмент как вычет из налога на прибыль, успешно применяющийся многими западными странами. Объем вычета пропорционален объему инвестиционных вложений в реализацию НДТ, но при этом он не может превышать 25 % от налогооблагаемой базы. Другие доходы, получаемые в ходе изъятия НДС, могут быть компенсированы вычетами на модернизацию производства [3].

Необходимо отметить и механизмы монетарного стимулирования, которые тоже могут сыграть значительную роль в стимулировании принципов наилучших доступных технологий. Так как рентабельность большинства отечественных промышленных отраслей меньше процентных ставок по кредитам, то большая часть предприятий не

может позволить себе привлечение долгосрочного заемного капитала и направить его на модернизацию оборудования и технологий. Поэтому если государство будет способствовать формированию подходящих условий для повышения доступности заемного инвестиционного финансирования промышленным предприятиям, то это положительно скажется как на процессах внедрения НДТ, так и на росте конкурентоспособ-

ности данных отраслей [3]. Кроме того, в стране сегодня создано достаточно большое количество структур и подразделений, которые среди своих основных задач также будут выполнять задачу поддержки предприятий, внедряющих или уже использующих в процессе своей деятельности наилучшие доступные технологии. Структура данных экономических субъектов приведена на рисунке 2.



Рисунок 2 — Экономические институты, оказывающие поддержку предприятиям, внедряющим НДТ в России

Существенным фактором, сдерживающим переход российских компаний на НДТ, является неправильное понимание данного процесса участниками отрасли, многие из которых рассматривают его как избыточное бремя и отторгают концепцию НДТ. При этом существуют компании, которые положительно относятся к процессу перехода на НДТ и активно участвуют в нем. Можно сделать вывод, что предприятиями, ко-

торых можно отнести к категории стремящихся к приоритетному переходу на НДТ, судя по опыту различных отраслей, зачастую выступают предприятия-лидеры, которые непрерывно заняты процессом модернизация собственных производственных мощностей.

Активное участие в процессе перехода на НДТ и сотрудничество с регуляторами позволяет им еще больше укреплять свое лидерство, заранее подгото-

виться к новым правилам функционирования отрасли, а также предоставляет возможность повлиять на процесс формирования этих правил (участие в бенчмаркинге отраслевых предприятий, работе технологических групп, разработке справочников НДТ, а также реализации пилотных проектов). Решению данной проблемы должна помочь интенсивная информационно-разъяснительная и образовательная работа не только для участников отрасли, но и для представителей региональной власти и экспертного общества. Участники отрасли должны иметь четкое представление о возможностях и выгодах, которые они могут получить в результате перехода к новой системе регулирования [2].

В настоящее время система государственного регулирования в части НДТ только формируется, и выделить какие-либо изменения достаточно проблематично. Тем не менее можно однозначно утверждать о необходимости подробной проработки вопросов, связанных с применением механизмов экономического стимулирования перехода на НДТ. Это в первую очередь касается льгот, которые планируется предоставлять предприятиям в процессе и после внедрения НДТ. Более того, следует четко прописать процедуры предоставления государственной поддержки, направленной на внедрение НДТ.

Сейчас действует лишь два механизма экономического стимулирования внедрения НДТ: предоставление промышленным компаниям займов на льготных условиях для развития импортозамещения и экспортоориентированных производств и перехода на НДТ, а также заключение так называемых специальных инвестиционных контрактов (соглашения между государством и инвестором, принимающим на себя обязательства по созданию или освоению производства промышленной продукции в России, в том числе на основе НДТ, сроком до десяти лет, в течение которого

инвестору гарантируются неизменные условия ведения бизнеса). Необходимо создать условия, в рамках которых планируемые механизмы экономического стимулирования перехода на НДТ будут доступны для регулируемого сообщества. При этом под доступностью подразумевается не смягчение требований, а максимальное снижение административных барьеров при прохождении процедур получения господдержки. Аналогичная работа должна быть проделана и в отношении санкций, которые планируется применять к предприятиям за нарушение сроков внедрения и отказ от внедрения НДТ: рост платежей до размеров, сопоставимых с затратами на очистку выбросов и сбросов (установление повышающих — 25 и 100 — коэффициентов для расчета платежей), введение новых составов административных нарушений и увеличение штрафов. Указанные меры должны дать дополнительный экономический стимул для перехода на НДТ. Отсутствие стимулов к обновлению производственных мощностей и внедрению новых технологий стало одной из причин отказа от старой системы экологического регулирования. Таким образом, применение таких механизмов экономического стимулирования, как предоставление льгот, и наложение санкций должно давать четкий сигнал участникам отрасли, свидетельствующий о наличии явной выгоды от повышения экологической эффективности [2].

С другой стороны, государственной поддержки будет недостаточно для полноценного запуска механизмов НДТ на российских предприятиях и, более того, Национальный проект «Экология» предусматривает приоритетное финансирование внедрения НДТ не за счет средств бюджета, а за счет внебюджетных источников финансирования. Поэтому многие предприятия рассчитывают свои затраты и потенциальные выгоды от модернизации своих производств, в том числе за счет внедрения НДТ, и

ряд их них успешно выполняет соответствующие программы без помощи государства. В связи с этим нам представляется целесообразным рассмотреть основные методы, с помощью которых предприятие сможет проанализировать доступность и эффективность использования НДТ.

В международной практике оценка экономической эффективности от внедрения НДТ практически полностью совпадает с алгоритмом оценки экономической эффективности введения в производственный процесс новой техники, а также с отечественной корпоративной практикой оценки эффективности инвестиционных проектов, осуществляемых в форме капитальных вложений. Чаще всего в этих целях используют метод дисконтированных денежных потоков, сравнивая величину понесенных инвестиционных затрат и эффект, связанный с внедрением соответствующей технологии.

Оценка экономической эффективности внедрения НДТ предполагает проведение расчета трех основных коэффициентов: внутренней нормы доходности (ВНД); чистого дисконтированного дохода (ЧДД) и срока окупаемости с учетом дисконтирования.

Использование показателя внутренней нормы доходности позволяет определить норму дисконта, при которой чистый дисконтированный доход за рассматриваемый период времени будет равен нулю. При этом необходимо учитывать, что разновременные денежные потоки неравноценны по величине, поэтому следует осуществлять процесс дисконтирования:

$$\alpha_t = \frac{1}{(1 + E)^t}, \quad (1)$$

где α_t — коэффициент дисконтирования; E — постоянная для всего рассматриваемого периода норма дисконта (%); t — номер года расчетного периода ($t = 0, 1, 2, \dots$); T — расчетный период (лет) [1, с. 31].

В том случае, когда норма дисконта меньше внутренней нормы доходности, чистый дисконтированный доход принимает положительные значения, а при обратном соотношении он будет отрицательным. Величину внутренней нормы доходности рассчитывают следующим образом:

$$\sum_{t=0}^{\tau} \Delta\Phi_t - \frac{1}{(1 + ВНД)^t} = 0, \quad (2)$$

где $\Delta\Phi_t = \Phi_{\text{НДТ}} - \Phi_{t0}$ — это изменение денежного потока, произошедшее после внедрения НДТ («с проектом» — $\Phi_{\text{НДТ}}$), по сравнению с денежным потоком, формируемым до внедрения НДТ (Φ_{t0}) [1, с. 32].

Чистый дисконтированный доход рассчитывается по формуле:

$$\text{ЧДД} = \sum_{t=0}^{\tau} \alpha_t \Delta\Phi_t. \quad (3)$$

Расчет денежных потоков, эмитируемых каждым годом расчетного периода, осуществляется путем сопоставления положительных и отрицательных денежных потоков:

$$\Phi = Д - З - К + А, \quad (4)$$

где $Д$ — поступление денежных средств, руб.; $З$ — затраты, связанные с эксплуатацией оборудования и технологий и налоги, руб.; $К$ — инвестиции, руб.; $А$ — амортизационные отчисления, руб. [1, с. 32].

Третий показатель — срок окупаемости инвестиций T_0 можно рассчитать с помощью формулы:

$$\text{ЧДД}(T_0) = \sum_{t=0}^{T_0} \Delta\Phi_t - \alpha_t = 0 \quad (5)$$

при этом $\text{ЧДД}(t < T_0) < 0$, а $\text{ЧДД}(t > T_0) > 0$ [1, с. 33].

Отметим также, что при расчете величины экономии от внедрения НДТ, необходимо учитывать то, что с 1 января 2020 г. исчисление платы за негативное воздействие на окружающую среду будет осуществляться с использованием стимулирующего коэффициента «0», в том случае, если после внедрения НДТ

предприятию удастся полностью соблюдать установленные технологические нормативы. Поэтому размер экономии будет сопоставим с платой за вред, наносимый окружающей среде, осуществляемой теми производственными объектами, которые уже применяют НДТ.

При расчете денежных потоков также нужно учитывать такую дополнительную экономию как величину предотвращенных штрафных санкций (коэффициент по которым достигает 100), которые предприятию придется уплатить в случае несоответствия технологическим показателям НДТ.

Результат

Внедрение НДТ требует от предприятия довольно высоких инвестиционных затрат, поэтому при расчете эффективности внедрения новых технологий, большое внимание требуется уделять оценке затрат и получаемых эффектов, так как достижение экономических выгод в результате внедрения НДТ станет для предприятий наилучшей мотивацией. Сопоставление затрат и получаемых в результате внедрения НДТ выгод, алгоритм осуществления которого приведен на рисунке 3, дает возможность учесть все поступления денежных средств за счет используемых механизмов экономического стимулирования.



Рисунок 3 — Использование критериев экономической эффективности при разработке НДТ [1]

Безусловно, что самым важным фактором, который будут учитывать компании при внедрении НДТ станут их финансовые возможности, и на первое место выходит анализ технологии с точки зрения того превышают ли экологические выгоды экономические затраты. Технология может быть признана наилучшей доступной, только если она практически реализуема, а совокупный учет экологических и экономических факторов показывают возмож-

ность достижения положительного эффекта по каждому из них. Так, странами ЕС при определении НДТ учитываются только те технологии, которые уже вышли на промышленную эксплуатацию и природоохранная эффективность которых подтверждена. Подчеркнем, что переход на принципы НДТ должен быть экономически выгоден предприятию и не должен снижать его экономическую эффективность и ухудшать финансовое состояние в долгосрочной перспективе.

Обсуждение

Метод дисконтированных денежных потоков имеет и свои ограничения в использовании, связанные с тем, что фактор неопределенности носит только лишь негативную направленность, хотя, обратившись к определению понятия «риска», мы понимаем, что в результате может быть получен и положительный эффект. Использование метода реальных опционов позволяет преодолеть этот методологический недостаток. Поэтому метод реальных опционов, разработанный первоначально для применения на фондовом рынке, все больше используется в сфере природоохранных мероприятий. Он дает возможность

учесть экономический эффект от наступления разных вариантов событий, которые могут произойти в ходе внедрения НДТ: отсрочка внедрения технологий, отказ от внедрения НДТ, изменение структуры капитала компании, изменение объемов финансирования процессов внедрения НДТ, что позволяет грамотно управлять возникающими рисками и затратами.

На рисунке 4 приведена схема эволюции методов оценки экономической эффективности внедрения наилучших доступных технологий на промышленных предприятиях, на которой представлены основные группы используемых в этих целях методов.



Рисунок 4 — Эволюция методов экономической оценки природоохранных мероприятий

Выводы

Оценка современных методических подходов к анализу экономической эффективности внедрения НДТ показывает возможность применения в этих целях международных подходов, так как они полностью соответствуют российской корпоративной практике, и моделирование денежных потоков с учетом всех стадий жизненного цикла технологии осуществляется по таким же принципам. Кроме того, данные методики давно применяются российскими экономистами, и опыт их применения показывает эффективность и достоверность использования данных методик для оценки будущих результатов внедрения НДТ.

Высока целесообразность использования метода реальных опционов при расчете эффективности проектов, связанных с внедрением НДТ, в том случае, если традиционные методы анализа денежных потоков, показывают результат, свидетельствующий о низких показателях экономической эффективности.

При расчете экономического эффекта от внедрения НДТ нужно учитывать не только возможность получения предприятием льгот и санкций, которые заложены в природоохранном законодательстве, но и такие положительные эффекты как сокращение энергопотребления, экономию трудозатрат, модернизацию оборудования, повышение показателей фондоотдачи. Внедрение наилучших доступных технологий дает достаточно хороший мультипликативный эффект.

Библиографический список

1. Варфоломеев, Е. В., Богданов, О. И., Быков, Д. А., Гильдерман, С. А. Повышение экономической эффективности природоохранных мероприятий при внедрении наилучших доступных технологий в газовой промышленности // Вести газовой науки. — 2017. — № 4. — С. 25–35.
2. Колобов, О. Внедрение НДТ ведет к росту не только экологической, но и экономической эффективности предприятий, а следовательно, и к росту их кон-

курентоспособности // Профессиональный журнал. — 2016. — № 7. — С. 22–24.

3. Концепция реализации перехода на принципы НДТ и внедрения современных технологий в промышленном секторе Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://gkhrazvitie.ru>.

4. Скворцова, В. В. Реформирование системы государственного регулирования в области охраны окружающей среды на основе наилучших доступных технологий [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://prirodnadzor.admhmao.ru>.

5. Тяглов, С. Г., Шевелева, А. В. Практика внедрения наилучших доступных технологий в нефтегазовом комплексе России // Вопросы регулирования экономики. — 2018. — Т. 9. — № 4. — С. 47–55.

6. www.rosstat.ru.

Bibliographic list

1. Varfolomeev, E. V., Bogdanov, O. I., Bykov, D. A., Gilderman, S. A. Improving the economic efficiency of environmental measures in the best available techniques' promotion in gas industry // Vesti of gas science. — 2017. — № 4. — P. 25–35.

2. Kolobov, O. Promotion of BAT leads to the growth of not only environmental, but also economic efficiency of enterprises, and, consequently, growth of their competitiveness // Professional Journal. — 2016. — № 7. — P. 22–24.

3. Concept of implementing the transition to BAT principles and introduction of modern technologies in industrial sector of Russian Federation [Electronic resource]. — Mode of access : <http://gkhrazvitie.ru>.

4. Skvortsova, V. V. Reforming the system of state regulation in environmental protection based on the best available techniques [Electronic resource]. — Mode of access : <https://prirodnadzor.admhmao.ru>.

5. Tyaglov, S. G., Shevelev, A. V. Practice of introducing the best available techniques in oil and gas industry of Russia // Issues of economic regulation. — 2018. — Vol. 9. — № 4. — P. 47–55.

6. www.rosstat.ru.

О. А. Миронова

**ТРАНСФОРМАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ И ФОРМИРОВАНИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОКОЛЕНИЯ Z**

Аннотация

В статье рассматриваются новые направления использования маркетинговых инструментов, характерных для эпохи цифровизации экономики. Наряду с традиционными инструментами социально-этического маркетинга и маркетинга отношений анализируется инструментарий онлайн-маркетинга, выявляются особенности его применения в сфере электронной коммерции, обусловленные спецификой потребительского поведения и потребительских предпочтений поколения Z.

Ключевые слова

Интернет-маркетинг, электронная коммерция, офлайн-маркетинг, онлайн-маркетинг, теория поколений, поколение Z.

О. А. Mironova

**TRANSFORMATION OF MARKETING TOOLS
IN CONTEXT OF DIGITALIZATION OF ECONOMY AND FORMATION
OF CONSUMER PREFERENCES OF GENERATION Z**

Annotation

Article deals with new directions of using marketing tools typical for the era of digitalization of economy. Along with traditional tools of social and ethical marketing and relationship marketing, author analyzes the tools of online-marketing, identifies the features of its application in field of e-Commerce, due to the specifics of consumer behavior and consumer preferences of Generation Z.

Keywords

Internet-marketing, e-Commerce, offline-marketing, online-marketing, generation theory, Generation Z.

Введение

Современный маркетинг представляет собой эффективный механизм рыночного взаимодействия производителя и потребителя. Разнообразие его инструментов и технологий. Благодаря применению его технологий предприятие любой формы собственности, отраслевой принадлежности и серийности производства может упрочить свою конкурентную позицию, увеличить объемы выпуска продукции или повысить уровень качества своих услуг, что в конечном итоге позволяет ему занять устойчивое положение на рынке, обес-

печить рост прибыли и других финансовых показателей, характеризующих деятельность компании.

Эффективное управление маркетинговой деятельностью компании обусловливается необходимостью всестороннего и качественного исследования потребительской способности и требований, предъявляемых как к товару, так и к фирме-производителю. Это предопределяет особую роль маркетинга в системе бизнес-процессов, формирующих организационно-экономический механизм компании. Будучи своеобразным связующим звеном для разработки

всех функциональных стратегий хозяйствующего субъекта, маркетинговая стратегия решает задачу координации и согласованности их целей, обеспечивает их согласованность, позволяет устранить возможные противоречия между ними. В этой связи современный маркетинг представляет собой достаточно глубокую и тщательно продуманную философию предпринимательства, сочетающую задачи достижения желаемых финансовых показателей посредством обеспечения необходимого уровня сбыта продукции с элементами социальной ответственности, лежащую в основе концепции маркетинга, на которую опирается компания.

Ряд современных тенденций, происходящих в настоящее время в обществе и экономике, обусловил переход к новому этапу в развитии маркетинга, который можно условно назвать «поколенческим маркетингом». В его основе лежит дифференцированный подход к работе с покупателями, принадлежащими к различным поколениям и обладающими в силу этого различными ценностными ориентирами. В частности, это касается их потребительских предпочтений, культуры потребления, способов осуществления покупок и т.д. Это предопределило развитие новых бизнес-форматов и новых инструментов маркетинга, ориентированных на предпочтения экономически активных поколений, в частности, поколения Z, активно использующего Интернет.

Материалы и методы

В современных условиях концепции маркетинга претерпевают существенные трансформации, значительно расширяясь по числу параметров. Достижение стоящих перед компаниями целей роста финансовых показателей за счет обеспечения большего соответствия предложения рыночному спросу требует постоянной модификации и усложнения инструментария современного marketing-mix.

Современные изменения парадигмы маркетинга, трансформации маркетинговых инструментов и технологий их применения связаны с переходом от массового маркетинга сначала к маркетингу рыночных сегментов, затем — к маркетингу рыночных ниш и далее — к индивидуализированному маркетингу. Возрастает роль сервисного обслуживания, требуют постоянного совершенствования навыки создания торговых марок, управления брендом как финансовым активом. Стремительное развитие получает интернет-маркетинг. Эффективный маркетинг становится важнейшим фактором, обеспечивающим успешное развитие компании, ее устойчивое положение на рынке, конкурентоспособность в рыночной среде.

К числу традиционных концепций маркетинга, получивших наиболее широкое применение в настоящее время, могут быть отнесены социально-этический маркетинг и маркетинг отношений.

Концепции социально-этического маркетинга применяется в условиях высокой рыночной конкуренции и примерно одинаковых подходов компаний-производителей к продвижению и сбыту своей продукции. В этих условиях конкурентное преимущество получает компания, которой удастся обеспечить наибольшее соответствие своего товара как потребительским предпочтениям, так и общественным интересам. Согласно Ф. Котлеру, данная концепция «провозглашает задачей организации установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и удовлетворение потребителей более эффективными, чем у конкурентов, способами при сохранении или укреплении благополучия потребителя и общества в целом» [1].

Концепция маркетинга отношений (маркетинга взаимодействий) обычно применяется на рынках с очень высоким предложением и товарами, не имеющими принципиальных различий для по-

купателей. В качестве объекта управления маркетингом данная концепция выделяет отношения (коммуникации) с клиентами, поставщиками, посредниками и другими участниками процесса купли-продажи. Данная концепция, в первую очередь, востребована компаниями, которые в силу различных причин не обладают конкурентными преимуществами, получаемыми только за счет комплекса маркетинга. Таким образом, в данном случае конкурируют не столько компании-производители, сколько их системы коммуницирования. Важнейшей задачей становится установление длительных стабильных коммерческих и некоммерческих связей с клиентами, поставщиками и иными стейкхолдерами. Долгосрочные доверительные отношения снижают транзакционные издержки и сокращают время, необходимое для полного осуществления сделки, что улучшает финансовые показатели компании путем большего удовлетворения запросов покупателей и партнеров.

Маркетинг отношений переносит акценты в системе эффективных коммуникаций в первую на личные контакты и подчеркивает значимость клиента как самостоятельной личности. Обладающей неповторимой индивидуальностью. Поскольку реализация данной концепции маркетинга требует участия в маркетинговой деятельности не только маркетологов, но и работников других структурных подразделений компании, включая топ-менеджеров, маркетинг отношений распределяет ответственность за принятие маркетинговых решений на весь персонал предприятия. Однако ответственность за поддержание и развитие долгосрочных партнерских отношений в процессе взаимодействия организации со стейкхолдерами обычно ложится на руководителей высшего звена.

Одновременно в условиях постиндустриализации и цифровизации экономики возникает необходимость в возникновении и использовании инновацион-

ных маркетинговых технологий, основанных на современных информационных технологиях, применении интернет-ресурсов, позволяющих взаимодействовать с клиентами в диалоговом режиме. В подобных условиях все большее применение находят новейшие инструменты интернет-маркетинга.

Не вызывает сомнения, что чем больше информации производитель имеет о каждом своем потенциальном покупателе, тем выше шанс компании перевести его в разряд своих клиентов. В этом заключается основная идея маркетинга CRM или маркетинга взаимоотношений и систем, опирающегося на активное использование интернет-технологий, позволяющих компании аккумулировать, анализировать и использовать, основываясь на персональном подходе обширные базы данных о своих клиентах.

В качестве еще одного новейшего инструмента маркетинга можно выделить позитивное впечатление, формирующееся у клиента после потребления товара или услуги производителя и закрепляющееся долговременно в его сознании. Это позволяет говорить о развитии нового направления в маркетинге — маркетинга впечатлений, концепция которого требует от производителя не просто принимать во внимание уже созданный у потребителя положительный образ товара или услуги, но и целенаправленно и продуманно формировать у клиента приятные впечатления о предмете его спроса. Подобную концепцию маркетинга весьма успешно использует компания Starbucks, предлагающая своим посетителям «кофейные впечатления» в уютных кофейнях, где они могут отдохнуть от суеты современного мира, погрузившись в атмосферу спокойствия, дополненную вкусом и ароматом высококачественного кофе. Книготорговые сети открывают в своих книжных магазинах кафе, создавая у клиента впечатление «вкусного чтения» и позволяя им знакомиться с книжными

новинками книги непосредственно в удобно оборудованных торговых залах, организуют встречи с писателями и другими интересными людьми, рекламирующими новые издания.

Перечисленные инструменты могут быть отнесены к инструментарию так называемого Offline-маркетинга. Однако в текущем десятилетии наиболее четко обозначившейся тенденцией раз-

вития маркетинговой деятельности становится стремительно растущее использование электронных технологий при продвижении товаров, что позволяет говорить о становлении и широком распространении Online-маркетинга со своим специфическим инструментарием.

Сравнительная характеристика инструментов Offline- и Online-маркетинга представлена в таблице 1.

Таблица 1 — Сравнительная характеристика инструментов онлайн- и офлайн-коммуникаций

База для сравнения	Маркетинговые инструменты	
	Офлайн	Онлайн
Подход	Субъект-объектный	Субъект-субъектный
Связь с клиентами	Односторонний «монолог» компании с потребителями	Возможность обратной связи, «диалога» с потребителями
Инструментарий	Из одного видеоролика создается принт, используемый затем во всех офлайн-каналах	Создается индивидуально для каждого интернет-ресурса с учетом платформы
Эффективность	Может быть измерена только после проведения компании	Измеряется в режиме реального времени

Продвижение товаров и услуг в виртуальном пространстве с использованием интернет-сервисов, осуществление торгово-закупочной деятельности с помощью Интернет носит название электронной коммерции (англ. Electronic trading, eTrading, e-Trading). В этом случае использование Интернет охватывает рыночное взаимодействие сторон договора купли-продажи от выставления оферты и заключения контракта до отправки проданного товара клиенту и отслеживания его перемещения.

Размещение информации на тематических интернет-площадках позволяет эффективно в короткие сроки донести информацию для заинтересованного в ней клиента, что способствует развитию такого современного инструмента маркетинга как интернет-реклама и увеличению доли расходов на нее [2].

Результаты

В настоящее время рекламная деятельность компаний стремительно перемещается в Интернет-пространство, че-

му способствует увеличение пользователей Интернет-ресурсами. По данным We Are Social и Hootsuite, в 2018 г. число пользователей Интернет составило 4,021 млрд человек, что, на 7 % больше, чем в предшествующем году, при этом при этом в 2017 г. 250 млн человек впервые получили доступ к Интернет, число его пользователей ежесекундно увеличивается на 8 человек. Число интернет-пользователей, имеющих аккаунты в различных социальных сетях, в 2018 г. возросло на 13 % по сравнению с 2017 г. и составило 3,196 млрд человек.

Одним из главных факторов роста количества пользователей Интернет стала доступность смартфонов и мобильных интернет-тарифов. Более чем 200 млн человек впервые стали обладателями мобильного устройства в 2017 г., а две трети мирового населения владеет мобильным телефоном. Количество обладателей мобильных телефонов в 2018 г. составило 5,135 млрд человек, на 4 % больше, чем в прошлом году [3].

Динамика развития российского рынка цифровых коммуникаций в целом соответствует глобальным трендам. Согласно информации, представленной теми же We Are Social и Hootsuite, за 12 месяцев 2017 г. число российских пользователей Интернет увеличилось на 5 млн человек, или на 4 %. Почти половина (47 %) населения России зарегистрирована в социальных сетях и активно ими пользуется. число пользователей социальных сетей возросло на 9 млн человек (рост на 15 % к 2016 г.). 55,9 млн человек заходят туда с мобильных устройств. При этом в Интернете среднестатистический рос-

сиянин находится почти 6,5 часов в сутки, 85 % российских пользователей выходят в онлайн каждый день. 63 % отечественных интернет-пользователей ищут онлайн-товары и услуги, но совершают покупки только 46 %.

Современные тенденции ориентируют компании на активное увеличение суммарных бюджетов, направляемых на продвижение товаров в Интернете. Так, доля расходов европейских компаний на интернет-рекламу составил в 2015 г. 29 млрд евро, в то время как в 2014 г. — 21 млрд евро и в 2013 г. — 18,3 млрд евро (рис. 1).

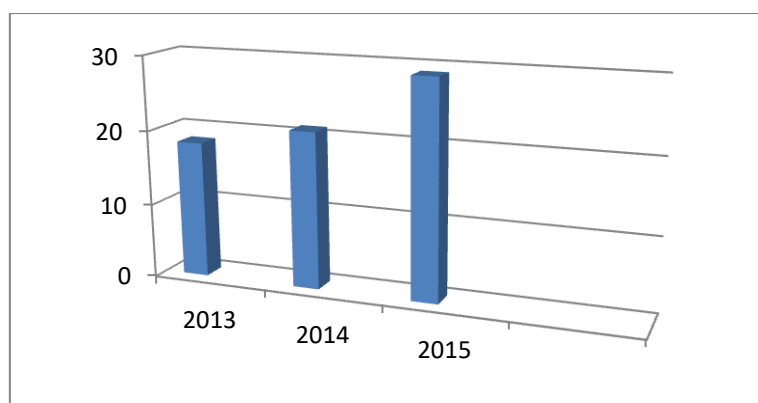


Рисунок 1 — Расходы европейских компаний на интернет-рекламу, млрд евро

В России в 2017 г. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) оценила объем рекламного рынка в 417 млрд руб. Рост рекламного рынка год к году составил 14 %, что соответствует прогнозу АКАР о приросте рынка в 11–14 % — до 400–410 млрд руб. Самым крупным медиа для распространения рекламы по итогам прошлого года остается телевидение, объем которого вырос на 13 % (в 2016 г. на 10 %) и составил 170,9 млрд руб. По итогам года региональное телевидение развивалось несколько более быстрыми темпами, чем федеральное (рост на 14 % — до 24,8 млрд руб.) [4].

По итогам 2017 г. интернет-сегмент российского рекламного рынка почти догнал телевидение и составил 166,3 млрд руб. В начале 2017 г. затраты

рекламодателей на телевидение превышали вложения в Интернет. В первом квартале 2017 г. объем ТВ составил 39,1–39,6 млрд руб. против 34,5–35,5 млрд руб. в сегменте онлайн-рекламы. С января по июнь рекламодатели потратили на телевидение 79,8–80,3 млрд руб., на digital — 74–75 млрд руб. К сентябрю расходы на оба сегмента сравнялись: 116–117 млрд руб. в ТВ-сегменте и 115–116 млрд руб. в интернет-рекламе за первые девять месяцев 2017 г. В 2017 г. доля интернет-коммуникаций в общих расходах на продвижение товаров российских компаний составила 43,0 %. По предварительным оценкам, в 2018 г. эта величина возросла до 45,3 %. Статистика распределения маркетинговых бюджетов российских компаний в части digital-составляющей представлена на рисунке 2.

Доля digital-составляющей в общем бюджете на маркетинг и рекламу, %

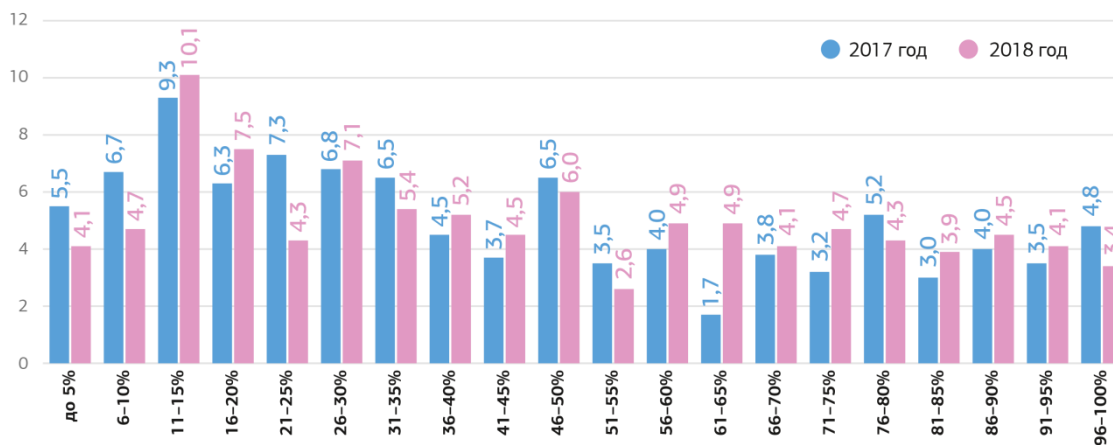


Рисунок 2 — Доля digital-составляющей в общем бюджете на маркетинг и рекламу российских компаний в 2017–2018 гг., % [5]

Цифровизация экономики и развитие электронной коммерции предопределили развитие наиболее популярных инструментов Online-маркетинга, к числу которых относятся:

1. Контекстная реклама как разновидность интернет-рекламы, представляющей текстовое или графическое объявление, которое показывается в зависимости от запроса (контекста) пользователя. Рекламодатель сам выбирает, по каким запросам и на каких площадках будет показываться реклама его сайта. В качестве ее основных разновидностей могут быть выделены:

– поисковая контекстная реклама будет показана пользователю, если его запрос совпадает с настройками рекламодателя. Основным преимуществом данного вида рекламы является то, что пользователь сам проявляет заинтересованность в определенном продукте и пишет об этом в поисковую строку, рекламодателю остается лишь показать с помощью рекламы, что он готов предложить соответствующий товар. Данная реклама представлена во всех крупных поисковых системах Яндекс, Google, Рамблера, Mail, Bing, Yahoo, Badoo и т. д. Алгоритм показа рекламных объявлений для каждой отдельной системы может отличаться, как, например, в слу-

чае с Яндекс и Google. А такая поисковая система, как Badoo (китайский аналог Google), отчасти вообще является закрытой, так как размещать рекламу там возможно только находясь на территории Китая [6];

– тематическая контекстная реклама, которая будет показываться пользователям на сайтах, участвующих в партнёрских программах (Google AdSense, Рекламная Сеть Яндекс). Показ какого рода рекламы будет осуществлён, зависит от того, какие последние запросы вводил пользователь или сайты какой тематики посещал (что также является контекстом).

2. Social Media Marketing (SMM) или маркетинг социальных сетей — один из наиболее распространенных в настоящее время инструментов привлечения пользователей социальных сетей на сайты компаний-продавцов. К числу специфических особенностей SMM относятся:

– нерекламный формат сообщений. Информация, переданная от одного пользователя другому в социальной сети сравнима с личной рекомендацией услуги/товара или компании этим человеком своим друзьям, следовательно, такое сообщение вызывает больше доверия, чем обычная реклама;

– виральность или способность информации к распространению практически в геометрической прогрессии благодаря эффекту «сарафанного радио». Главная задача при работе с социальными группами в сетях заключается в создании вирусного контента, который будет распространяться людьми самостоятельно, без дополнительных усилий со стороны инициаторов сообщений;

– глубокий таргетинг, позволяющий выделить целевую аудиторию, персонализировать пользователей, изучить как реальных, так и потенциальных клиентов, их личные и профессиональные предпочтения и сфокусировать рекламную кампанию на конкретном сегменте.

3. Баннерная реклама — объявление на веб-странице, предназначенное для продвижения какого-либо продукта или услуги либо анонсирующее какое-либо событие. Баннер может содержать в себе текст, статическое или динамическое изображение. Как и другие виды контекстной рекламы, онлайн-баннер ссылается на страницу с описанием товара или услуги. Обычно компании используют баннерную рекламу для привлечения новых посетителей.

4. Email-маркетинг — инструмент Интернет-маркетинга, выстраивающий прямое общение между производителем и потребителем. Его сущность заключается в том, что компания посредством электронной почты отправляет потенциальным или постоянным клиентам письма с рекламной, новостной, оповестительной информацией. Отличие email-маркетинга от рассылки спама по электронной почте заключается в том, что email-маркетинг основан на персонализированном общении между продавцом и потребителем после того, как последний дал на это согласие, в то время как спам — массовая рассылка рекламных сообщений случайным пользователям без получения разрешения.

Следует отличать email-маркетинг от email-рассылки, поскольку последняя

представляет собой составляющий элемент email-маркетинга.

Основным принципом email-маркетинга, от которого зависит его эффективность, является персонализация. С помощью браузеров, поисковых и социальных сетей маркетологами собирается необходимая информация о пользователях, определяется целевая аудитория и выявляется степень готовности клиента к совершению покупки. Это, в свою очередь, позволяет установить цель email-рассылки и подобрать соответствующий материал письма. Персонализированный подход к клиенту быстрее подведет потенциального покупателя к совершению определенного действия (покупке, подписке на новости компании, посещению мероприятия и пр.), чем малоэффективная рассылка спама.

Перечисленные выше инструменты Online-маркетинга наиболее эффективны при ориентации на потребительские предпочтения как поколения «миллениалов», так и представителей так называемого поколения Z, которое появилось на свет в начале XXI века и скоро заявит о себе в полный голос.

Обсуждение

Данные выводы подтверждаются социологическими исследованиями, согласно которым современное общество стоит на пороге активного включения во все социальные процессы нового поколения граждан. В связи с этим значительный интерес может представлять применение в маркетинге теории поколений, а также различных изучения поколенческой динамики. Развитию концептуальных основ теории поколений посвящены исследования американских ученых Н. Хоува и У. Штрауса [7], а также российских ученых Е. Шамис и А. Антипова [8]. Анализу основных положений и методологии теории поколений также посвящен ряд статей автора, опубликованных в издании Вестник РГЭУ (РИНХ) в 2017–2019 гг.

Наиболее перспективным представляется применение поколенческого подхода при сегментации потребителей, что обусловливается рядом его преимуществ. Будучи ориентированным на стратегическое и долгосрочное взаимодействие с потребителями, поколенческий подход позволяет рассматривать поколение как группу потребителей, имеющую постоянный состав индивидов, что отличает поколение от возрастной группы потребителей, состав которой постоянно меняется. Это дает возможность производителю стратегически сосредоточиться на существующих и относительно постоянных потребностях клиентов. При этом выделение поколенческих ценностей как базы для сегментирования соответствует современным маркетинговым подходам и концепциям, в частности, концепции когнитивного маркетинга, подходу one-to-one маркетинга, возрастному маркетингу и др. и способствует их дальнейшему развитию.

Использование поколенческого подхода в маркетинге предполагает изучение поколений, их структуры, состава и динамики, выбор и обоснование целевых поколений, выделение субсегментов и обеспечение эффективного взаимодействия с ними. Основой исследований являются ценности людей представителей среднего класса (особенностью России является то, к среднему классу относят себя две группы людей: с определенным экономическим достатком и те, кто получил высшее образование). Именно ценности и их сходство, а не возраст формируют и определяют поколение. Поколенческие ценности являются глубинными, подсознательными, не носят явно выраженной формы, в том числе для самих представителей поколений, но при этом определяют формирование личности, оказывают влияние на жизнь, деятельность и поведение людей. Краткая характеристика современных потребителей с точки зрения поколенческого подхода представлена в таблице 2.

Таблица 2 — Характеристика современных потребителей с точки зрения поколенческого подхода

	Беби-бумеры	Поколение X	Поколение Y	Поколение Z
Возраст сейчас	55–75	35–55	20–35	до 20
Предпочтения	Бренд и упаковка не имеют значения. Важно создавать ощущение их значимости	То, что вызывает ностальгию, то, что информирует и контент how to do	Инфографики, информационно концентрированные презентации, комиксы	Внимание заслуживает только уникальное и впечатляющее
Любимые бренды	Ориентированы на товары, а не на бренды	Sony, McDonald's, Procter&Gamble, GAP, luxury бренды: Bottega Veneta, Tom Ford, Prada	Nike, Adidas, Apple, Samsung, Viktoriya's Secret, Dior, Tesla и др.	YouTube, Netflix, Google, Xbox, Oreo, GoPro, PlayStation, Doritos, Nike, Chrome
Социальные сети	Одноклассники	Facebook, YouTube	Facebook, YouTube, Instagram	Snapchat, Instagram, Вконтакте

Поколение Z очень своеобразно. Его представители меньше курят, почти не пьют, семья и брак для них — понятия, не сильно их увлекающие. Больше половины молодых людей данной возрастной группы считают, что жить на

земле сегодня — страшно. Это не удивительно, если учесть, что на их короткую жизнь выпали информационные события, связанные с терактами, крушением банков, экономическими кризисами и войнами.

Рассмотрим специфические особенности поколения Z, накладывающие отпечаток на его потребительские предпочтения, более подробно. 17 июня 2016 г. Агентство Sparks&Honey занимающееся маркетинговыми прогнозами, опубликовало презентацию о поколении Z-детей, родившихся после 1995 г. По мнению исследователей, они, как и представители поколения Y, отличаются, от всех предыдущих поколений, родившихся до цифровой революции. Но поколение Z не просто отличается от поколения Y, а во многих отношениях является его полной противоположностью [9].

Больше четверти населения США (25,9 %) — представители поколения Z, и с каждым рождающимся ребёнком эта доля растёт. Ежедневно в США появляются на свет около 361 000 младенцев. Число детей в стране оказывает влияние на рынок продуктов питания и бытовых товаров, поскольку определяет потребительское поведение их матерей. Согласно опросам, 74 % среди последних признают влияние своего ребёнка на их выбор продуктов питания, 55 % — мобильного телефона.

Представителям поколения Z свойственно стремление рано начать зарабатывать самостоятельно, и это желание поощряется их родителями. 76 % молодых людей надеются превратить своё хобби в основной источник дохода, тогда как для поколения Y этот показатель — только 50 %. В то же время 55 % старшеклассников ощущают давление со стороны родителей в вопросе раннего начала карьеры; четверо из пяти считают, что родители контролируют их больше, чем сверстников. Они мечтают работать на себя и готовы к соперничеству с поколением Y: 72 % старшеклассников надеются открыть собственный бизнес, а 61 % предпочли бы стать частными предпринимателями, чем служащими.

Представители поколения Z в буквальном смысле стремятся изменить

мир. 60% молодых людей хотят, чтобы их работа оказывала влияние на окружающую действительность (39% у поколения Y), четверть подростков в возрасте от 16 до 19 активны как волонтеры. Одна из наиболее популярных карьерных областей — социальное предпринимательство. Если Марк Цукерберг — представитель поколения Y — основал Facebook в 20 лет, то представители поколения Z начинают общественную активность ещё раньше, выступая на серьёзных международных конференциях в 16 или даже 13 лет. При этом поколению Z приходится расти в «мире после 11го сентября», в атмосфере хаоса, всеобщей неуверенности и изменчивости. Каждый четвёртый американский ребёнок растёт в бедности; 43 % детей в возрасте от 7 до 13 лет считают, что неоднократные случаи стрельбы в школе оказали наиболее значительное влияние на их поколение. Неслучайно в таких популярных фильмах, как «Голодные игры» и «Дивергент», речь идёт об убийствах подростков. В то же время они учатся на ошибках предшествующего поколения (к примеру, своих старших братьев и сестёр, многие из которых до сих пор живут с родителями) и понимают, что получение научной степени не гарантирует им успешную карьеру. При этом каждый второй в поколении собирается окончить университет, тогда как в поколении высшее образование имеет только каждый третий, а в поколении X — каждый четвёртый. Им чуждо инфантильное поведение: более половины из них предпочтёт сохранить деньги, чем потратить. Поколение Z часто растёт под одной крышей с вышедшими на пенсию бабушками и дедушками и разделяет ценности старшего поколения. Аналогичные исследования в России до настоящего времени не проводились, однако официальная статистика содержит информацию о численности экономически активных поколений в России на 2017 г., которая представлена в таблице 3.

Таблица 3 — Численность экономически активных поколений
русского общества, чел. [10]

Поколения	Мужчины	Женщины	Итого
Беби-бумеры	15 714 021	20 059 241	35 773 262
Поколение X	21 305 924	22 226 943	43 532 867
Поколение Y	14 971 421	14 523 027	29 494 448
Поколение Z	9 054 291	8 618 578	17 672 869

Как видно из таблицы, наибольшую численность среди экономически активных поколений имеет поколение X, наименьшую — поколение Z. Однако представители поколений X и Y в настоящее время подвержены влиянию своих детей, что вызывает изменение их потребительских предпочтений, что уже отмечают маркетологи.

Для представителей русского бизнеса представители поколения Z интересны, прежде всего, культурой, моделями отдыха и развлечений, способами коммуникаций, поскольку по этим параметрам они также показывают выдающиеся результаты, и могут служить компасом для других поколений в направлении развития социальной среды в целом. А по многим вопросам они уже становятся лицами, формирующими общественное мнение. Сегодня это реальная сила, мотивирующая ряд общественных процессов.

Представителям русского поколения Z свойственно свое понимание бренда. Бренд для типичного «Зета» — это не товар и не его качества, а возможности, которые он предоставляет: быть стильным, ярким, современным, крутым. Поэтому представители поколения Z меньше склонны отдавать предпочтение классическим брендам. Прославленное имя — ничто, ведь есть молодые компании, которые предлагают товары и услуги современного уровня.

Деньги для русского поколения Z — это возможности, ключ к свободе действий и воплощения идей. Но ни один богатый человек для них не будет авторитетом. Самый богатый, самый авторитетный и самый крутой тот, кто

имеет миллионы фолловеров в Instagram. Это круто, а быть крутым — то, чего хочет типичный представитель данного поколения. При этом представителей поколения Z беспокоят более глобальные проблемы. Их отличает проактивная позиция. Интересно, что один из главных мотивов является желание быть «в теме» и не столкнуться с осуждением друзей. Так, молодое поколение беспокоит проблемы окружающей среды. Например, исследования Google показали, что 80 % знают об экологических проблемах в мире, а 76 % из них обеспокоены ними. Большое значение они придают также, проблемам бездомных животных, и с полной уверенностью можно утверждать, что представителям этого поколения свойственны и доброта, и сострадание. Однако «Зетам» совершенно не интересны новости политики, а выпуски новостей они считают сплошным негативом. Чтобы быть в курсе событий, они следят за блогерами, а о важных событиях часто узнают через популярные мемы.

Казалось бы, классический «Зет» и вся его жизнь в гаджете — это находка для интернет-маркетологов. Тем не менее, таргетироваться на эту аудиторию сложно. Во-первых, они не любят, когда за ними следят. Некоторые выключают геолокацию, некоторые вообще удаляются из социальных сетей. Вся рекламная кампания может сойти на нет уже с первой попытки достучаться до классического «Зета»: они негативно относятся к навязчивой рекламе. Они покупают товар в трех случаях: если это нравится друзьям, если часто видят рекламу этого товара, если это сделано специально для них и с учетом их потребностей.

Для представителей поколения Z визуальный контент побеждает текст, а в Интернет они заходят преимущественно для развлечения. Им нравится узнавать новое и учиться, однако им удобнее делать это с помощью видео, инфографики или коротких справок. Это поколение не требует долгосрочного контакта — не надо им постоянно напоминать о себе. В Интернете у них множество дел, поэтому «Зеты» привыкли получать информацию быстро, тщательно ее фильтруя. Что же касается любимых социальных сетей, Google обнаружил, что представители заходят чаще всего используют Snapchat и Instagram. Они ежедневно посещают Facebook, но только чтобы узнать новости — собственные сообщения «Зеты» здесь почти не делают.

Сегодня проявляется еще одна важная для маркетологов тенденция: предпочтения поколения Z оказывает влияние на модели семейного отдыха в выходные дни. Представители поколения Z если и не воспитывают своих родителей, то, как минимум формируют их привычки, вкусы, новые знания. Они живут, по сути дела, имея полноценный голос по любому вопросу семьи, причем во многих случаях их голос решающий. Они немного читают, телевизор смотрят целевым образом и только те передачи, которые кажутся им любопытными и увлекательными. Основным средством коммуникации и доведения информации для них являются Интернет и социальные сети. При этом они бывают с родителями во многих интересных местах, путешествуют, ездят с ними на курорты, бывают в ресторанах, кино, театрах и в целом имеют достаточно широкий кругозор.

Принято считать, что молодежь не следит за своим здоровьем и не уделяет внимания правильному питанию. Однако недавнее исследование американских ученых опровергло этот миф. Специалисты обнаружили, что так называемое поколение Z употребляет в пищу более «правильные» продукты, чем потребители в возрасте от 25 до 50 лет. Ученые

привлекли к участию в опросах три группы людей, «отсортированных» по возрасту. Первая группа представляла собой поколение X — от 37 до 47 лет. Вторая — поколение Y: 24–37 лет. И, наконец, в третью группу вошли представители поколения Z. Респондентам были предложены вопросы об их привычках в питании. Выяснилось, что представители поколения X и Y предпочитают сладкие или соленые продукты, которые считаются вредными для здоровья. Представители же поколения Z — в целом предпочитали более здоровую и качественную пищу, даже в виде перекусов. В частности, они отдавали предпочтение больше свежим продуктам, чем консервам или полуфабрикатам. Это совершенно не согласуется с общепринятыми представлениями о нездоровом образе жизни молодежи.

В силу специфических особенностей мышления и восприятия действительности, сформированных Интернетом, у многих представителей поколения Z отсутствуют качества, связанные с умением предпринимать длительные целенаправленные усилия, способностью что-либо планировать. Поэтому в попытках понравиться представителям поколения Z нужно иметь лаконичный и понятный месседж. Скорее всего, «Зеты» ничего не поймут и не дочитают до конца текст на 5 страницах, но смогут запомнить лаконичную и понятную яркую картинку, и она им понравится.

Выводы

В настоящее время грамотная организация маркетинговой службы имеет решающее значение для достижения целей хозяйственной деятельности компании. Для реализации маркетинговых концепций и использования инструментов маркетинга не существует универсальной схемы. Отделы маркетинга могут быть созданы на разных основах, они, как правило, являются часто коммерческой сферой действия предприятия. В целом же современный маркетинг может быть эффективен, если он основан на со-

четании традиционного ориентированного на более старшие поколения потребителей Offline-маркетинга как маркетинговой деятельности, связанной с использованием стандартных инструментов исследования рынков и рекламы продукта (реклама в печатной продукции, радио, телевидение, стендовая реклама, т. е. вне Интернета), и Online-маркетинга — деятельности компании, связанной с использованием различных интернет-ресурсов, ориентированного на потребительские предпочтения молодых поколений.

Библиографический список

1. *Котлер, Ф.* Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее — к человеческой душе. — М: Альпина Бизнес Букс, 2012.

2. *Щербакова, Е. Г., Исламова, В. А., Кауфман, О. Д.* Применение электронного маркетинга в бизнесе // Системное управление. — 2018. — № 2.

3. *Яковлев, А. А.* Веб-аналитика, или почему профессионалы никогда не действуют наугад // Интернет-маркетинг. — 2018. — № 4.

4. Особенности продвижения приложений в СНГ, на западных рынках и в Азии [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.forumsostav.ru>.

5. *Курманов, Н. В.* Маркетинговый подход к созданию интерфейса модели веб-аналитики // Молодой ученый. — 2017. — № 9.

5. Продвижение мобильных приложений [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://vc.ru/marketing>.

6. *Еймор, Д.* Электронный бизнес: Эволюция и/или революция : пер. с англ. — М. : Вильямс, 2015.

7. *Шамис, Е.* В каких условиях растет поколение Милениум и Z и что станет их ценностями [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://rugenerations.su>.

8. *Howe, N., Strauss, W.* Fourth Turning: what the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny. — Broadway Books, 1997.

9. *Гатов, В.* Generation Z [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.chaskor.ru>.

10. Экономически активное население России в 2017 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://data.trendeconomy.ru>.

11. *Ерохина, Т. Б., Пархоменко, Т. В.* Развитие эмоционального фона личности потребителя в логистике распределения // Инновационные достижения зеленой логистики: международный опыт и российская практика : материалы междунар. науч.-практ. конф. XIII Южно-Российский логистический форум. — Ростов н/Д, 2017. — С. 164–167.

Bibliographic list

1. *Kotler, Ph.* Marketing 3.0. From products to consumers and further — to human soul. — M. : Alpina Business Books, 2012.

2. *Shcherbakova, E. G., Islamova, V. A., Kaufman, O. D.* Application of electronic marketing in business // System management. — 2018. — № 2.

3. *Yakovlev, A. A.* Web Analytics, or Why professionals never act at random // Internet marketing. — 2018. — № 4.

4. Features of application promotion in the CIS, Western markets and Asia. [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.forumsostav.ru>.

5. *Kurmanov, N. V.* Marketing approach to creation of interface model, web analytics // Young scientist. — 2017. — № 9.

5. Promotion of mobile applications [Electronic resource]. — Mode of access : <https://vc.ru/marketing>.

6. *Amor, D.* Electronic business: Evolution and/or revolution. — M. : Williams, 2015.

7. *Shamis, E.* Conditions in which generation of Millennium, and Z and what will be their values [Electronic resource]. — Mode of access : <http://rugenerations.su>.

8. *Howe, N., Strauss, W.* Fourth Turning: what the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny. — Broadway Books, 1997.

9. *Gatov, V.* Generation Z [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.chaskor.ru>.

10. Economically active population of Russia in 2017 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://data.trendeconomy.ru>.

11. *Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V.* Development of emotional back-

ground of consumer personality in distribution logistics // Innovative achievements of green logistics: international experience and Russian practice : materials of international scientific-practical conf. XIII South-Russian logistics forum. — Rostov-on-Don, 2017. — P. 164–167.

Ю. В. Пржедецкий, Н. В. Пржедецкая, К. В. Борзенко

РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ НА ПРИМЕРЕ ОНКОЛОГИЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ

Аннотация

В статье проводится SWOT-анализ, с помощью которого определяются предпосылки и проблемы развития ГЧП с участием онкологических служб в условиях цифровой экономики и выявляются будущие угрозы и перспективы данного процесса. Автором также осуществляется моделирование социально-экономических процессов и систем, с помощью которого разрабатывается перспективная модель развития ГЧП с участием онкологических служб в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова

Развитие государственно-частного партнерства (ГЧП), цифровая экономика, здравоохранение, онкологическая служба.

Yu. V. Przhedetskiy, N. V. Przhedetskaya, K. V. Borzenko

DEVELOPMENT OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN DIGITAL ECONOMY: PROBLEMS AND PROSPECTS ON EXAMPLE OF ONCOLOGICAL SERVICE

Annotation

Article conducts a SWOT-analysis that identifies the prerequisites and problems of development of PPPs with participation of cancer services in digital economy and identifies future threats and prospects for this process. Author also carries out modeling of socio-economic processes and systems, with the help of which a promising model for development of PPP with participation of cancer services in digital economy is being developed.

Keywords

Development of public-private partnership (PPP), digital economy, healthcare, oncological service.

Введение

Становление рыночных отношений в современной экономике и глобализация повысили осведомленность потребителей о передовых мировых прак-

тиках предоставления товаров и услуг, что вызвало рост спроса на маркетинг предпринимательских структур. Адаптация государственных предпринимательских структур, в том числе в сфере

здравоохранения, к новым условиям хозяйствования и приведение их в соответствие с требованиями современных потребителей через институционализацию практики некоммерческого маркетинга достигается при помощи механизма государственно-частного партнерства (ГЧП).

Большинство сегментов рынка медицинских услуг является привлекательными для частных инвесторов, так как характеризуются высоким платежеспособным спросом и, следовательно, возможностью быстро и в полном объеме окупить вложенные инвестиции и извлечь коммерческую выгоду. На их фоне выделяется сегмент медицинских услуг по лечению онкологических заболеваний, платежеспособность потребителей которых, как правило, низкая так же, как и спрос на платные услуги. Это обуславливает низкую инвестиционную привлекательность проектов для частного бизнеса и неразвитость механизма государственно-частного партнерства в данном сегменте рынка медицинских услуг.

Низкая маркетинговая активность онкологических служб обуславливает умеренность их инновационной деятельности и недостаточную гибкость, что не позволяет им обеспечивать требуемое качество и уровень сервиса при оказании медицинских услуг по лечению онкологических заболеваний. В то же время наблюдается тенденция устойчивого роста спроса на данные услуги. Согласно материалам доклада KPMG «The future of oncology: focused approach to winning in 2030» по итогам 2018 г., с высокой вероятностью к 2030 г. в мире будет 41 мегаполис с населением более 10 млн чел.

Урбанизация ведет к изменениям в образе жизни, предрасполагающим к возникновению рака (например, снижение физической активности, неправильное питание и т. д.). Циркулирующее загрязнение и утоньшение озонового слоя будет провоцировать дальнейшее увеличение доли случаев заболевания раком

легких во всем мире. Количество пожилых людей (в возрасте 65 лет и старше), страдающих онкологическими заболеваниями, в период с 2010 по 2040 г. утроится, и к 2040 г. их доля составит 77 % в данной возрастной категории [3]. В связи с этим уже сейчас остро ощущается и продолжит нарастать в будущем противоречие требований и интересов потребителей медицинских услуг по лечению онкологических заболеваний, связанных с ростом качества, повышением доступности и модернизацией услуг, и возможностей онкологических служб, испытывающих дефицит финансовых ресурсов и находящихся под ограниченным влиянием механизма рынка и потому не склонных к проявлению высокой маркетинговой активности.

Поиск способов разрешения указанного противоречия является актуальной проблемой современной экономической науки. Рабочая гипотеза данного исследования заключается в том, что в условиях цифровой экономики открываются новые возможности для развития ГЧП с участием онкологических служб, практическая реализация которых обеспечит рост маркетинговой активности и позволит сбалансировать спрос и предложение медицинских услуг по лечению онкологических заболеваний в количественном и качественном выражении. Цель статьи заключается в определении проблем и перспектив развития ГЧП в условиях цифровой экономики на примере онкологической службы.

Материалы и методы

Фундаментальные и прикладные вопросы развития государственно-частного партнерства, в том числе в сфере здравоохранения, рассмотрены в трудах [4, 5, 8–10]. Специфика развития сферы здравоохранения, в том числе сегмента медицинских услуг по лечению онкологических заболеваний, в условиях цифровой экономики и положения концепции цифрового здравоохранения приводятся в работах [1, 2, 6,

7, 11]. Тем не менее, несмотря на высокую степень проработанности отдельных составляющих поставленной проблемы, она остается недостаточно и фрагментарно изученной в существующих публикациях и требует дальнейшего исследования. Основу методического аппарата исследования составляет метод SWOT-анализа, с помощью которого определяются предпосылки и проблемы развития ГЧП с участием онкологических служб в условиях цифровой экономики и выявляются будущие угро-

зы и перспективы данного процесса, а также метод моделирования социально-экономических процессов и систем, с помощью которого разрабатывается перспективная модель развития ГЧП с участием онкологических служб в условиях цифровой экономики.

Результаты

Проведенный SWOT-анализ развития ГЧП с участием онкологических служб в условиях цифровой экономики позволил получить следующие результаты (табл. 1).

Таблица 1 — Результаты SWOT-анализа развития ГЧП с участием онкологических служб в условиях цифровой экономики

S: Strengths	Предпосылки	– возможность интегрировать медицинские услуги, оказываемые на условиях обязательного медицинского страхования, и платные медицинские услуги
W: Weaknesses	Проблемы	– недостаточное развитие инфраструктурного обеспечения цифрового здравоохранения
O: Opportunities	Будущие перспективы	– интенсификация развития инфраструктурного обеспечения цифрового здравоохранения
T: Threats	Будущие угрозы	– проблемы безопасности цифровых данных в сфере здравоохранения

Как видно из данных таблицы 1, в условиях цифровой экономики создаются предпосылки для развития ГЧП с участием онкологических служб, так как возникает возможность интегрировать медицинские услуги, оказываемые на условиях обязательного медицинского страхования, и платные медицинские услуги. Благодаря данной возможности возрастает платежеспособный спрос на платные медицинские услуги и повышается инвестиционная привлекательность проектов партнерства.

Проблемы и барьеры на пути институционализации практики ГЧП с участием онкологических служб связаны с недостаточным развитием инфраструктурного обеспечения цифрового здравоохранения: низкой оснащенностью государственных онкологических служб новейшими информационно-коммуникационными технологиями и оборудованием (компьютеры, про-

граммное обеспечение и Интернет), дефицитом цифровых кадров в сфере здравоохранения, непрочностью нормативно-правового обеспечения ГЧП в сфере здравоохранения.

Будущие перспективы развития ГЧП с участием онкологических служб связаны с интенсификацией развития инфраструктурного обеспечения цифрового здравоохранения, то есть решением перечисленных проблем. Будущие угрозы развития ГЧП с участием онкологических служб представляют проблемы безопасности цифровых данных в сфере здравоохранения, вызывающие риск хищения и утраты цифровых данных, неисправности цифрового оборудования, а также неготовностью потребителей к использованию цифровых технологий для получения медицинских услуг. Выявленные проблемы и угрозы могут и должны быть преодолены с помощью государственного регулирования цифровой экономики и не требуют

специализированных мер в сфере здравоохранения. В данной сфере рекомендуется реализация следующей перспек-

тивной модели развития ГЧП с участием онкологических служб в условиях цифровой экономики (рис. 1).



Рисунок 1 — Перспективная модель развития ГЧП с участием онкологических служб в условиях цифровой экономики

Целью представленной модели выступает повышение эффективности деятельности онкологических служб, а инструментарием достижения поставленной цели — механизм государственно-частного партнерства на платформе цифровой экономики (цифрового здравоохранения). В рамках данного механизма сначала выдвигается инициатива по созданию ГЧП государственной онкологической службой. Затем эта инициатива поддерживается частными инвесторами в сфере здравоохранения, среди которых устанавливается конкуренция в рамках тендера. В результате заключается контракт ГЧП в форме концессии по типу ДВООТ (Спроектируй – Построй – Владей – Управляй – Передай), при котором частные инвесторы проводят маркетинговые исследования, на их основе определяют и создают/приобретают востребованные ак-

тивы, управляют ими на условиях временного владения, и по истечении срока контракта передают активы в собственность государственной онкологической службы. Ее функциями в рамках партнерства являются предоставление базовых активов, необходимых для оказания медицинских услуг по лечению онкологических заболеваний, решение организационно-правовых вопросов, а также оказание услуг на условиях обязательного медицинского страхования.

Функциями частных инвесторов в рамках ГЧП выступают предоставление инновационных активов для оказания медицинских услуг по лечению онкологических заболеваний, на базе прорывных цифровых технологий и оборудования, управление активами с помощью цифрового маркетинга, а также оказание платных услуг. Системность оказания услуг в рамках ГЧП обеспечивает

единая цифровая информационная система и служба записи на получение комплексных услуг. В результате достигается рост маркетинговой активности онкологической службы, способствующий повышению качества и доступность инновационных услуг, что в итоге обеспечивает сбалансированность спроса и предложения на услуги.

Выводы

Выдвинутая в статье гипотеза подтверждена; доказано, что в условиях цифровой экономики действительно открываются новые возможности и перспективы для развития ГЧП с участием онкологических служб. Благодаря интеграции государственных и частных медицинских услуг по лечению онкологических заболеваний платные услуги становятся более доступными для потребителей.

Рост платежеспособного спроса повышает коммерческую эффективность проектов ГЧП и позволяет запустить полномасштабное применение данного механизма в сегменте лечения онкологических заболеваний.

Библиографический список

1. Przhedetskiy, Yu. V., Przhedetskaya, N. V., Borzenko, K. V. Social networks as a tool of early detection of cancer // *Advances in intelligent systems and computing*. — 2019. — № 726. — P. 887–894.

2. Przhedetskiy, Yu. V., Przhedetskaya, N. V., Borzenko, K. V. Role of social-ethical marketing and information and communication technologies in response to challenges of oncology // *European Research Studies Journal*. — 2018. — № 21 (Special Issue 1). — P. 377–386.

3. Future of oncology: focused approach to winning in 2030 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://assets.kpmg>.

4. Борзенко, К. В. Проблемы и перспективы развития государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения в условиях установления маркетинговых отношений // *Аудит и фи-*

нансовый анализ. — 2017. — № 3–4. — С. 341–345.

5. Гладков, К. В. Государственно-частное партнерство как источник компетенций частного партнера в здравоохранении // *Современные проблемы науки и образования*. — 2016. — № 2. — С. 125.

6. Ковалёв, С. П., Сороколетов, П. В. Реализация государственного контроля и регулирования в здравоохранении при переходе к цифровой экономике // *Управленческое консультирование*. — 2018. — № 4 (112). — С. 53–62.

7. Коробкова, О. К. Развитие системы государственной поддержки некоммерческих организаций сферы здравоохранения, участвующих в развитии цифровой экономики // *Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии*. — 2017. — № 10 (57). — С. 59–61.

8. Попов, К. В., Пыхтин, К. А., Шеремета, В. С. Государственно-частное партнерство: определение оптимальной пропорции государственного и частного капиталов в бюджете проекта // *Наука и образование: новое время*. — 2017. — № 3 (20). — С. 229–238.

9. Пржедецкий, Ю. В., Пржедецкая, Н. В., Борзенко, К. В. Актуальные направления развития маркетинга организаций здравоохранения с помощью государственно-частного партнерства в современной России // *Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки*. — 2017. — № 1–1. — С. 124–132.

10. Серебрякова, Т. А. К вопросу о формировании и развитии нового правового института — государственно-частное партнерство (муниципально-частное партнерство) // *Журнал юридических исследований*. — 2017. — № 1. — Т. 2. — С. 132–143.

11. Скрыль, Т. В., Парамонов, А. С. Цифровая трансформация сферы здравоохранения: российская и зарубежная специфика // *Карельский научный журнал*. — 2017. — № 3 (20). — Т. 6. — С. 137–140.

Bibliographic list

1. *Przhedetskiy, Yu. V., Przhedetskaya, N. V., Borzenko, K. V.* Social networks as a tool of early detection of cancer // *Advances in intelligent systems and computing*. — 2019. — № 726. — P. 887–894.

2. *Przhedetskiy, Yu. V., Przhedetskaya, N. V., Borzenko, K. V.* Role of social-ethical marketing and information and communication technologies in response to challenges of oncology // *European Research Studies Journal*. — 2018. — № 21 (Special Issue 1). — P. 377–386.

3. Future of oncology: focused approach to win in 2030 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://assets.kpmg>.

4. *Borzenko, K. V.* Problems and prospects of development of public-private partnership in sphere of health care in conditions of establishment of marketing relations // *Audit and financial analysis*. — 2017. — № 3–4. — P. 341–345.

5. *Gladkov, K. V.* Public-private partnership as source of competences of private partner in health care // *Modern problems of science and education*. — 2016. — № 2. — P. 125.

6. *Kovalyov, S. P., Sorokoletov, P. V.* Realization of state control and regulation in health care upon transition to digital economy // *Administrative consultation*. — 2018. — № 4 (112). — P. 53–62.

7. *Korobkova, O. K.* Development of system of state support of non-profit organizations of sphere of health care participating in development of digital economy // *Competitiveness in global world: economy, science, technologies*. — 2017. — № 10 (57). — P. 59–61.

8. *Popov, K. V., Pykhtin, K. A., Sheremeta, V. S.* Public-private partnership: definition of optimum proportion of state and private capitals in budget of project // *Science and education: modern times*. — 2017. — № 3 (20). — P. 229–238.

9. *Przhedetskiy, Yu. V., Przhedetskaya, N. V., Borzenko, K. V.* Relevant directions of development of marketing of organizations of health care by means of public-private partnership in modern Russia // *News of Tula State University. Economic and jurisprudence*. — 2017. — № 1–1. — P. 124–132.

10. *Serebryakova, T. A.* To a question of formation and development of new legal institute — public-private partnership (municipal and private partnership) // *Magazine of legal researches*. — 2017. — № 1. — Vol. 2. — P. 132–143.

11. *Skryl, T. V., Paramonov, A. S.* Digital transformation of health sector: Russian and foreign specifics // *Karelian scient. magazine*. — 2017. — № 3 (20). — Vol. 6. — P. 137–140.

Е. В. Сквороднева

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ ДОРОЖНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА: СУЩНОСТЬ, ВИДЫ, ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация

В статье рассмотрен механизм разработки логистической стратегии для предприятий сферы дорожного строительства. Выделены основные элементы логистической стратегии, необходимые для достижения конкурентных преимуществ. Составлен сравнительный анализ наиболее применимых логистических стратегий в сфере дорожного строительства. В статье рассмотрено влияние цифровой экономики на реализацию логистической стратегии дорожного строительства.

Ключевые слова

Логистика, логистическая стратегия, цифровая трансформация логистической стратегии, дорожное строительство, цифровой логистический сервис, логистический сервис.

LOGISTIC STRATEGIES APPLIED IN ROAD CONSTRUCTION: ESSENCE, TYPES, FEATURES OF DEVELOPMENT IN CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY

Annotation

Article describes the mechanism for developing a logistics strategy for enterprises in the field of road construction. The main elements of logistics strategy necessary to achieve competitive advantages are highlighted. Comparative analysis of the most applicable logistics strategies in field of road construction has been compiled. Article discusses the impact of digital economy on implementation of road construction logistic strategy.

Keywords

Logistics, logistics strategy, digital transformation logistics strategy, road construction, digital logistics service, logistics service.

Введение

Организация коммерческой деятельности предприятия невозможна без определения чётких целей, задач и путей их достижения. Для дорожно-строительной сферы особую актуальность приобретает процесс разработки и выбора логистической стратегии. Это обусловлено сложностью многих строительных процессов на разных этапах строительства. Интеграция информации в цифровом пространстве способна консолидировать и структурировать общую информацию о состоянии строительства объекта дорожной инфраструктуры.

Материалы и методы

В монографии «Современные логистические технологии и стратегии» под редакцией А. У. Альбекова разработан механизм формирования логистической стратегии, который можно использовать для разработки стратегии предприятий дорожного строительства. Для реализации данного механизма необходимо осуществить ряд мероприятий: организационно-методическую подготовку внедрения стратегической логистики; выбор и разработку стратегии; конфигурирование бизнес-процессов; разработку регламентов стратегического управления; регламентацию бизнес-процессов; измерение процессов; нор-

мирование процессов и мотивация персонала [1].

Дорожно-строительный комплекс, как отрасль народного хозяйства обладает определённой спецификой. Поэтому необходимо выделить области дорожного строительства, которые могут быть оптимизированы.

Условно можно выделить три сферы логистизации дорожного строительства [2]. Во-первых, это рынок материально-технических ресурсов. Здесь осуществляются закупки для деятельности дорожного хозяйства. Программы и приложения, которые могут консолидировать информацию о поставщиках, предоставить информацию о ценах, необходимости закупочных операций, условиях поставок могут выступать элементом цифровой сервисной логистики. На сегодняшний день, можно зафиксировать неразвитость этой формы. Наибольшее использование получила информационная B2B-площадка «Пульс цен», объединяющая представителей промышленно-строительного рынка [3]. Вторая сфера логистизации относится к процессам производства работ в дорожном хозяйстве. Логистический сервис оптимизирует на этом этапе транспортно-складские процессы, производственное потребление материально-технических ресурсов.

Сюда также можно отнести производственно-технологическую комплектацию и утилизацию отходов производства. На этом этапе также могут быть использованы цифровые средства логистического сервисного обслуживания для оптимизации процессов. Это могут быть и программы и средства цифрового проектирования, мониторинга процессов складирования и транспортировки, монито-

ринга процессов строительства объекта, анализа состояния материалов. Третья сфера логистизации относится к области эксплуатации дорог. Она призвана развивать дорожный сервис. На сегодняшний день, актуальность приобретают проекты, такие как «умные дороги», «умные города», включающие в себя элементы логистического сервиса с цифровой составляющей [4].



Рисунок 1 — Сферы логистизации дорожного строительства

Предприятия, осуществляющие свою деятельность в области дорожного строительства, могут оптимизировать свои процессы, концентрируя внимание на необходимых показателях.

Результаты

При разработке логистической стратегии для предприятий дорожного строительства следует особое внимание уделить таким аспектам, как качество материально-технических ресурсов, управление запасами, логистические технологии снабжения, инновации, закупка материальных ресурсов, закупка готовой продукции [5].

Под качеством материально-технических ресурсов понимается смещения фокуса в сторону улучшения качества необходимых ресурсов для успешного функционирования предприятия. Кроме того, действия по совершенствованию качества должны относиться к закупке материалов и комплектующих, выполнению производственных работ, оказание услуг, сервисному обслуживанию. Для сферы дорожного

строительства этот элемент имеет особую актуальность. Контроль качества всех перечисленных компонентов деятельности предприятий дорожного строительства, предполагает сертификацию качества поступивших материалов для строительства отделом материально-технического снабжения. Важно понимать, что закупка материалов для нужд строительства — это основа всех предстоящих операций, и надёжность будущего объекта строительства напрямую зависит от качества приобретённых материалов. На основании сертификации качества поступивших материалов в дальнейшем принимается решение об их пригодности для выполнения работ и оказания строительных услуг, производстве дополнительных товаров. Заказчик строительных услуг должен получать документ сертификации качества закупленных материалов для выполнения строительных работ. Данный вид логистического сервиса является информационной составляющей для клиента или заказчика строительных работ.

Заказчик может принимать решения о строительстве дорожного объекта с использованием данных материалов.

Управление запасами является следующей важной составляющей логистической стратегии для предприятий дорожного строительства. Речь идёт об оперативном анализе запасов по всем ключевым позициям номенклатуры сырья, материалов, готовой продукции. Учитываются соглашения о сотрудничестве с основными поставщиками товарно-материальных ценностей. Для совершенствования этого аспекта предприятия дорожного строительства могут внедрять в свою деятельность информационные системы мониторинга для осуществления своевременности поставок и закупок товаров.

Логистические технологии снабжения также являются важным элементов логистической стратегии предприятий дорожного строительства. Речь идёт о внедрении информационных технологий, обеспечивающих электронный обмен данными с основными поставщиками сырья и материалов для нужд дорожного строительства. Это упрощает сделки купли-продажи товарно-материальных ценностей и способствует ускорению взаимодействия. Интеграция информационных потоков от поставщика до конечного потребителя способствует оптимизации процессов снабжения. Совместное управление запасами продукции на складах компании способствует контролю за уровнем запасов и сокращению издержек.

Инновационная деятельность для предприятий дорожного строительства приобретает особую актуальность. Предложить клиенту инновационные технологии строительства, инновационные качественные материалы, современный логистический сервис с применения цифровых средств возможно бла-

годаря развитию инновационной деятельности компании.

Закупка сырья и материальных ресурсов под собственную марку также является одним из аспектов при разработке логистической стратегии для предприятий дорожного строительства. Компания приобретает сырьё для производства отдельных материалов и деталей у других компаний (производителей). Для этого следует заключить соглашение о покупке сырья и продвижении продукта под собственным брендом. Данные соглашения могут быть заключены в цифровом пространстве с применением цифровых подписей и электронным обменом данными.

Для бесперебойного функционирования предприятия дорожного строительства необходима закупка готовой продукции, которая может являться ещё одним аспектом логистической стратегии. Данный аспект предполагает приобретение продукции у других производителей для расширения собственного ассортимента строительных материалов, удовлетворения потребностей клиентов и извлечения прибыли.

Таким образом, концентрируя внимание на определённом аспекте деятельности, предприятия дорожного строительства могут оптимизировать эти направления, а цифровые технологии существенно расширить возможности оптимизации. Кроме того, необходимо учитывать факторы при разработке логистической стратегии предприятия, которые специфичны для сферы дорожного строительства (см. рис. 2).

Средства цифровой экономики предоставляют расширение возможностей оптимизации данных факторов при процессе разработки логистической стратегии посредством применения современных возможностей логистического сервиса.

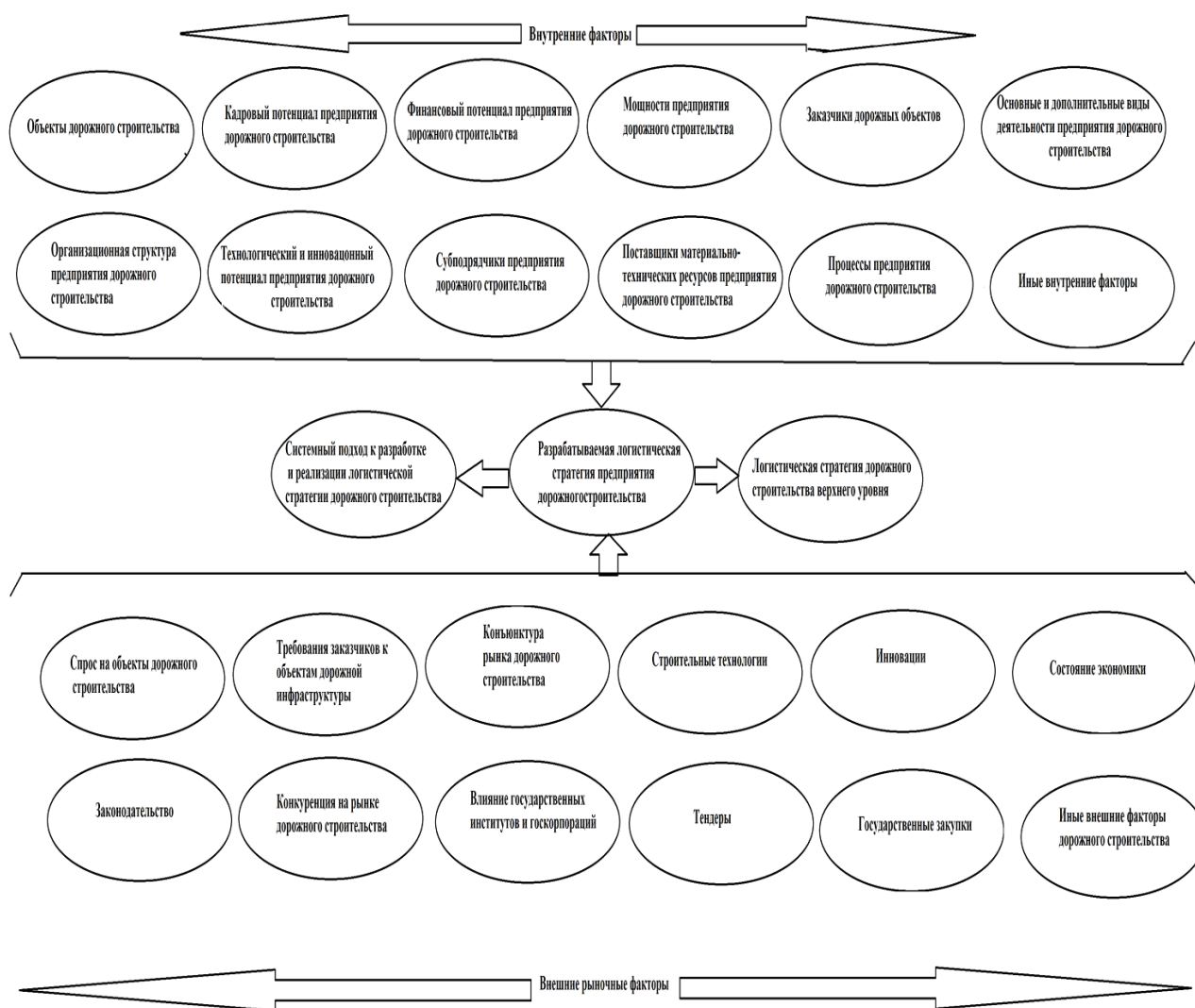


Рисунок 2 — Факторы, учитываемые в процессе разработки логистической стратегии предприятия дорожного строительства

Обсуждение

Разработка логистической стратегии предприятия дорожного строительства должна занимать центральное место в осуществляемой деятельности и реализовываться совместно с общей корпоративной стратегией предприятия, маркетинговой стратегией, производственной стратегией, сбытовой стратегией и установлением миссии. На сегодняшний день существует несколько авторских классификаций логистических стратегий. Однако, учитывая специфику сферы дорожного строительства, адаптировать под строительную деятельность возможно только некоторые из них.

Следует более подробно остановиться на этом вопросе. Одной из наиболее известных является классификация, приводимая В. И. Сергеевым и В. В. Дыбской. Авторы выделяют несколько базовых логистических стратегий, которые используют предприятия при ведении своего бизнеса и построении логистических систем. Данные стратегии могут быть внедрены и реализованы предприятием сферы дорожного строительства. Пути реализации данных логистических стратегий представлены в таблице 1. Представленные логистические стратегии могут быть внедрены в деятельность предприятия дорожного строительства.

Таблица 1 — Базовые логистические стратегии, применимые к сфере дорожного строительства

Стратегия	Пути реализации
Минимизации общих логистических издержек	Сокращение логистических издержек в отдельных логистических функциях предприятия дорожного строительства (транспортировка, хранение, складирование и др.). Оптимизация уровня запасов материальных ресурсов для дорожного строительства на складе предприятия. Оптимизация решений в отдельных логистических операциях дорожного строительства по критерию минимума логистических издержек (запасы, рабочая сила, технические средства, оборудование). Прочее
Улучшения качества логистического сервиса	Увеличение уровня качества, выполняемых логистических операций в дорожном строительстве (транспортировки, складирования, распределения, грузопереработки, и т. п.). Предоставление предпродажного и послепродажного сервиса в дорожном строительстве (проектирование, проектно-сметные предложения, сертификация, мониторинг, обслуживание). Предоставление высокого уровня логистического сервиса в дорожном строительстве при применении технических средств цифровой экономики (ГЛОНАСС/GPS навигация, WEB камеры, информационные платформы мобильные приложения и др.). Проектирование системы управления качеством логистического сервиса в дорожном строительстве (организация системы мониторинга в дорожном строительстве). Сертификация процессов управления качеством в дорожном строительстве в соответствии с национальными и международными стандартами и процедурами (в частности ISO 9000). Прочее
Минимизации инвестиций в логистическую инфраструктуру	Прямая доставка сырья, материалов, комплектующих к строительным объектам и потребителям, минуя складирование. Применение в строительной деятельности складов общего пользования. Привлечение логистических посредников в некоторых логистических операциях дорожного строительства (транспортировке, складировании, грузопереработке). Применение логистической системы снабжения «точно в срок» в дорожном строительстве. Оптимизация размещения технических средств и оборудования логистической инфраструктуры и др. в дорожном строительстве
Логистический аутсорсинг	Принятия решения «делать или покупать» материальные ресурсы (материалы, детали, комплектующие и пр.) в дорожном строительстве. Фокусирование предприятия дорожного строительства на ключевых направлениях деятельности, передача логистическим посредникам функций для выполнения неключевых направлений. Оптимизация материально-технического снабжения строительного предприятия. Оптимальное расположение технических средств, производственных мощностей, объектов логистической инфраструктуры. Прочее

Наибольшее распространение в дорожном строительстве получили «тощая» и «динамическая» логистические стратегии [6]. Применение «тощей» логистической стратегии связано, прежде всего, с желанием заказчика строительства удешевления стоимости строительного объекта. Применение «динамической» логистической стратегии связано с мобильным реагированием на изменяющиеся требования заказчика. «Тощая» логистическая стратегия базируется на принципах управления издержками. Она предполагает предло-

жение заказчикам возводимые строительные объекты по более низкой цене, чем предлагает рынок. При применении данной стратегии используется сокращение всех ресурсов на каждом этапе строительства, контроль за всеми операциями, в связи с чем достигается существенный уровень экономии путём сокращения издержек. Данная стратегия характеризуется следующим.

1. Сокращение уровня качества строительных ресурсов, применяемых для выполнения строительных работ и оказания услуг (сырьё, материалы, де-

тали, комплектующие, квалификация персонала, техническая составляющая и др.). В результате снижается общий уровень качества возводимого объекта дорожной инфраструктуры. Компания теряет конкурентные преимущества.

2. Снижение уровня мощности технических средств и применяемого оборудования.

3. Увеличение продолжительности выполнения строительных операций и усложнение процессов из-за существенного сокращения строительных ресурсов.

4. Увеличение временных интервалов между строительными операциями в связи с техническим обслуживанием оборудования или снабжением ресурсами.

5. Длительность операций, связанных с перемещением материально-технических ресурсов.

Сущность «динамической» логистической стратегии заключается в высоком уровне коммуникации и постоянном взаимодействии с заказчиками строительных работ и услуг, мобильное реагирования на изменение рыночной конъюнктуры дорожного строительства. Существует два фактора динамичности в дорожном строительстве: оперативность реагирования на изменяющиеся запросы заказчи-

ков; изменение логистических параметров организации дорожного строительства. Руководствуясь данной стратегией, предприятия дорожного строительства полностью сосредоточиваются на удовлетворении запросов заказчиков и предоставлении высокого уровня сервиса.

Важно отметить, что чётких границ применения данных стратегий в дорожном строительстве не существует. Возможны отклонения от некоторых параметров и фокусирование на отдельных приоритетных направлениях. Кроме того, стратегии имеют свои преимущества и недостатки, общие и специфичные условия для применения. Сравнительные характеристики отдельных элементов стратегий дорожного строительства представлены в таблице 2. Назвав наиболее общие логистические стратегии, необходимо отметить, что цифровая экономика вносит свои коррективы при реализации данных стратегий, способствуя упрощению многих операций, сокращению временных интервалов, увеличению уровня взаимодействия между участниками. Цифровая трансформация логистической стратегии предприятия необходима для реализации транспортной стратегии Российской Федерации до 2030 г. [6].

Таблица 2 — Сравнительная характеристика элементов «тощей» и «динамической» логистических стратегий дорожного строительства

Факторы дорожного строительства	«Тощая» логистическая стратегия дорожного строительства	«Динамическая» логистическая стратегия дорожного строительства
Цели стратегии	Повышение эффективности дорожного строительства за счёт контроля над издержками на всех этапах строительства	Обеспечение гибкости дорожного строительства для удовлетворения клиентского спроса
Методы стратегии	Устранение производственных участков, не связанных с дорожным строительством	Удовлетворение запросов заказчиков
Ограничения применения стратегии	Ограниченное клиентское обслуживание	Высокие дополнительные производственные и непроизводственные затраты
Характер изменений	Создание собственной стабильной строительной деятельности	Мобильная реакция на изменение рыночной конъюнктуры дорожного строительства
Показатели деятельности	Производительность труда, загруженность строительного производства	Скорость исполнения строительных заказов, качество возведённых объектов
Деятельность	Унификация и стандартизация строительной деятельности	Гибкость строительной деятельности на принципах выборочного контроля
Подходы к управлению стратегией	В пределах регламентированных циклов планирования дорожного строительства	Гибкость управления строительными структурами специализированным персоналом

Выводы

Для достижения поставленных целей предприятиям сферы дорожного строительства необходимо руководствоваться определённой логистической стратегией. Для её разработки требуется полный анализ своей деятельности и пошаговое методическое обеспечение. Концентрируя внимание на определённом показателе своей деятельности, предприятия дорожного строительства могут добиться конкурентных преимуществ в данном направлении. В связи с утверждением программы развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 г., необходимо понимать, что выбранная логистическая стратегия требует трансформации её элементов в цифровое пространство. Для этого важно выявить степень готовности предприятия к изменениям и разработать методику трансформации логистической стратегии предприятия дорожного строительства в цифровое пространство [7]. Трансформация логистической стратегии в цифровое пространство позволяет предприятию сферы дорожного строительства достичь экономической эффективности путём сокращения ряда издержек деятельности. В то время как заказчик строительных работ получает качественно новый уровень логистического сервиса. Реализация стратегических логистических целей позволяет достичь предприятию сферы дорожного строительства высокого уровня конкурентоспособности на рынке.

Библиографический список

1. Современные логистические технологии и стратегии (электроэнергетический комплекс) : моногр. / под ред. А. У. Альбекова. — Ростов н/Д, 2010.
2. Логистика / М. Н. Григорьев, А. П. Долгов, С. А. Уваров. — М., 2006.
3. «Пульс цен», B2B площадка [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://rostov.pulscen.ru>.

4. *Сковороднева, Е. В.* Основные аспекты цифровизации сервисной логистики дорожного строительства // Промышленное развитие России: проблемы, перспективы : междунар. науч.-практ. конф. — Н. Новгород, 2018. — С. 74.

5. *Сергеев, В. И.* Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов. — М. : ИНФРА-М, 2005.

6. *Алесинская, Т. В.* Основы логистики. Общие вопросы логистического управления : уч. пособие. — Таганрог, 2005.

7. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.mintrans.ru>.

8. *Теренина, И. В., Сковороднева, Е. В.* Стратегия цифровой трансформации сервисной логистики // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2018. — № 2 (62). — С. 55.

Bibliographic list

1. Modern logistics technologies and strategies (power complex) : monogr. / ed. by A. U. Albekov. — Rostov-on-Don, 2010.

2. Logistics / M. N. Grigoriev, A. P. Dolgov, S. A. Uvarov. — M., 2006.

3. Pulse of prices, B2B platform [Electronic resource]. — Mode of access : <https://rostov.pulscen.ru>.

4. *Skovorodneva, E. V.* Basic aspects of digitization service logistics road construction // Industrial development of Russia: problems, prospects : scientific-practical conf. — N. Novgorod, 2018. — P. 74.

5. *Sergeev, V. I.* Corporate logistics. 300 answers to questions of professionals. — M. : INFRA-M, 2005.

6. *Aleshinskiy, T. V.* Basics of logistics. General issues of logistics management : textbook. — Taganrog, 2005.

7. Transport strategy of RF for period up to 2030 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.mintrans.ru>.

8. *Terenin, I. V., Skovorodneva, E. V.* Strategy digital transformation service logistics // Bulletin of RSUE (RINH). — 2018. — № 2 (62). — P. 55.

Н. А. Череповская, И. В. Трифонов

ПОКАЗАТЕЛИ ИЗМЕРЕНИЯ СТЕПЕНИ ВНЕДРЕНИЯ «ИНДУСТРИИ 4.0»

Аннотация

В статье рассмотрены показатели, способствующие помочь мировому сообществу оценить степень внедрения «Индустрии 4.0» в экономику стран с целью их конкурентного преимущества на внутреннем и мировом рынках. Проведен анализ показателей в странах с высоким наличием факторов, характеризующих вхождение в Четвертую технологическую революцию в мировом пространстве и на внутреннем рынке. Показатели вхождения в единый цифровой рынок требуют сбора более подробной информации по «Индустрии 4.0».

Ключевые слова

«Индустрия 4.0», показатели измерения внедрения, цифровая экономика.

N. A. Cherepovskaya, I. V. Trifonov

INDICATORS TO MEASURE THE DEGREE OF IMPLEMENTATION OF «INDUSTRY 4.0»

Annotation

Article describes the indicators that help the world community to assess degree of implementation of «Industry 4.0» in economy of countries with a view to their competitive advantage in domestic and global markets. Analysis of indicators in countries with a high presence of factors characterizing the entry into Fourth technological revolution in the world and in domestic market. Entry into the single digital market requires more detailed information on «Industry 4.0».

Keywords

«Industry 4.0», performance measurement implementation, digital economy.

Введение

Мировая экономика и сообщество находится в состоянии глобальных изменений: перехода от пятого к шестому технологическому укладу, структуру которого составит, в том числе электронная промышленность с использованием информационных технологий и программного обеспечения, также продолжится развитие системы автоматизированного проектирования. По своим масштабам данные преобразования сравнимы с промышленной революцией. Технологический прогресс позволит достичь более высокие преобразования за счет автоматизированных процессов в производстве и быту. Владение интел-

лектуальными устройствами для населения всего мирового сообщества приведет к высокой степени внедрения новых технологий и взаимосвязанности. «Industry 4.0» — это концепция (2011 г.) описывает высоко оцифрованные производственные процессы, в которых человеческое взаимодействие с машинами сводится до минимума. Вызовы «Индустрии 4.0», основаны на быстрой автоматизации всех процессов: роботизации и искусственного интеллекта во всех сферах деятельности и стремительном сокращении расстояния и временных параметров, сохраняя качество и быстроту передачи информации и взаимодействия между людьми. В рамках

Стратегии единого цифрового рынка Европейской Комиссией в 2015 г. была проведена работа по идентификации и сбору данных, позволяющих проводить измерения и характеристика цифрового общества. В Российской Федерации перечень параметров определен Стратегией развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг. [1]. Параметры формирования цифровой экономики, оценка ее влияния на темпы роста валового внутреннего продукта в стране, оценки развития информационных и коммуникационных технологий и информационного общества, состояние перехода к использованию организациями наукоемких технологий. Ведется мониторинг данных показателей. Однако сложность выявления продуктивности процессов складывается из-за недостаточного количества исследований и взглядов на реализацию и степень внедрения «Индустрии 4.0» в мировое сообщество.

Материалы и методы

В настоящее время экономика трансформируется, что связано с формированием фундаментальной системы будущего — цифровой экономики [2]. Современная экономика предполагает цифровизацию и интеграцию абсолютно всех бизнес-процессов, а предприятия смогут использовать новые технологии и платформы для управления своим бизнесом, поскольку они снижают транзакционные издержки и обеспечивают прямой доступ и более прямые контакты с хозяйствующими субъектами и государственными учреждениями [3, 4].

Анализ литературы относительно «Индустрии 4.0» выявляет параметры и показатели для измерения степени внедрения ее в современную действительность. Соединение или взаимосвязанность, определяемые как беспроводная связь по сети, которая включает людей, машины и датчики или другие мобильные конечные устройства и является одним из необходимых условий

Индустрии 4.0 [5]. Евростат ведет учет предприятий (в долях, %), которые подключены к сети Интернет для использования в бизнесе, а также на соответствие степени взаимосвязанности через портативный устройства: смартфоны, планшеты, ноутбуки, подключенные к интернету, сети, специально применяемой для бизнес-программного обеспечения предприятием. Учитывает процент производства компании, для которых максимальная скорость загрузки самого быстрого фиксированного интернет-соединения не менее 100 Мб/с, а также для работы с большими объемами данных высокоскоростной инфраструктуры, которая в свою очередь совместима с интенсивным использованием интернета вещей [6].

Следующим параметром «Индустрии 4.0», встречающимся в литературе, является совместимость, что означает способность системы для подключения и координации работы. Совместимость можно увидеть в киберфизических системах, машинах, а также применяется для логистики предприятий, бизнес-процессы которых автоматически связываются с поставщиками и клиентами. Доля предприятий, которые обмениваются электронной информацией по всей цепочке поставок, должна быть высокой, иначе (например, работа только с бумажными счетами-фактурами) приведет к отрицательной стороне — отсутствию «Индустрии 4.0» [7].

Количество информации, создаваемой в результате внедрения и реализации «Индустрии 4.0» цифровым интегрированным производством и процессами, а также обязательной обработкой информации в реальном времени требуют виртуализации обеспечение возможностей обработки и хранения информации: облачные вычисления [8, 9]. Большие данные «big data» — учитывают необходимость прозрачности информации в автоматизированных производственных процессах предприятия, способствуют получению данных из

любого источника, при наличии очень большой базы [10, 11].

Обзор литературы не дает количественного анализа, который позволит оценить степень внедрения «Индустрии 4.0» в разных странах и на промышленный сектор. Сложность формирования системы показателей в результате структурных изменений в экономике требуют

постоянного мониторинга и анализа с учетом практик применения выявленных и утвержденных показателей.

Результаты

Проведем анализ использования интернета в процентной доле населения в странах (табл. 1) на основе базы данных Международного союза электросвязи в Женеве.

Таблица 1 — Использование интернета, % [12]

Страны	Период (2000-2017гг)				Темп прироста	
	2000	2005	2016	2017	2017/2016гг	2017/2005гг
Австралия	46,8	63,0 ¹	86,5 ¹	86,5 ²	—	37,3
Австрия	33,7 ³	58,0 ⁴	84,3	87,9 ^{4,5}	4,3	51,4
Бахрейн	6,2	21,3	95,0	95,9	0,9	350,2
Германия	30,2	68,7 ⁴	84,4	84,4 ⁸	—	22,8
Канада	51,3	71,7	91,2 ⁶	92,7	1,6	29,3
Китай ⁷	1,8	8,5	53,2	54,3	2,1	538,8
Великобритания	26,8 ¹²	70,6 ¹¹	94,6	94,6	0,0	34,0
РФ	2,0	15,2	73,1 ¹¹	76,0 ¹¹	4,0	400,0
США	43,1	68,0	75,2	75,2	—	10,6
Швеция	45,7	84,8 ⁴	89,7	96,4	7,5	13,6
Япония	30,0 ⁹	66,9 ¹⁰	93,2	90,9	-2,5	35,9

Примечание: 1. Население в возрасте 15 лет и старше. 2. В возрасте от 15 до 72 лет. 3. Население в возрасте 14 лет и старше. 4. Население в возрасте от 16 до 74 лет; 5. Пользователи за последние 3 мес. 6. Население в возрасте 16 лет и старше. 7. Для статистических целей данные по Китаю не включают данные по административному району Гонконг, административному району Макао и китайской провинции Тайвань. 8. Население в возрасте 10 лет и старше. 9. Только на базе ПК; 10. Население в возрасте 6 лет и старше. 11. Население в возрасте от 15 до 74 лет за последние 3 мес. 12. Население в возрасте 7 лет и старше за последние 3 мес.

Анализируемый временной отрезок наглядно отображает динамику в сторону роста пользование интернетом населения стран. Швеция имеет наиболее высокий показатель среди анализируемых стран (96,4 %) — обеспеченность Интернетом населения. В 2017 к 2005 г. наибольший прирост населения с обеспеченностью использования интернета в Китае в 5,4 раза, в Российской Федерации в 4 раза, в Бахрейне в 3,5 раза. При этом с 2000 к 2017 г. наибольший показатель (+37 раз) использования интернета населением в возрасте от 15 до 74 лет в Российской Федерации. Существенный прирост данного показателя в 29,2 раза произошел в Китае (без учета админи-

стративных районов / провинций Гонконг, Макао и Тайвань) за аналогичный период. В 14,5 раза увеличил данный показатель Бахрейн. На основании данных показателей можно спрогнозировать процент внедрения к использованию населением Интернета на ближайшую перспективу (1–2 года) относительно самого высокого показателя (96,4 %). Для Российской Федерации требуется увеличение на 26,8 %, США — на 28,2 %, Китая — на 77,5 %. Анализируя расходование на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы от уровня валового внутреннего продукта в процентном соотношении по предоставленным показателям статистиче-

ской базы данных Института статистики ЮНЕСКО (рис. 1), важно отметить, что Китай опережает все исследуемые страны по финансированию НИОКР (+2,1 %) от ВВП. Рост финансирования в 2015 г. относительно 2005 г. составил 61,5 % в коммерческие предприятия и организации. За 2015 г. наибольшими показателями финансирования НИОКР среди анализируемых стран являются Швейцария — 3,4 %, Швеция — 3,3 %, Германия — 2,9 %, США — 2,7 % от ВВП. Большая часть финансирования в

данных странах распределяется среди коммерческих предприятий и организаций. При этом Швеция не имеет за анализируемый период резкого увеличения, но данная страна постоянно выделяет высокий процент (в среднем 3,3 %) финансирования от ВВП. Австралия сохраняет процент финансирования на разработки НИОКР в 2015 г. относительно 2004 г. (1,9 %) от ВВП, при этом большая часть бюджета предназначается разработкам и исследованиям, связанным с государственным сектором.

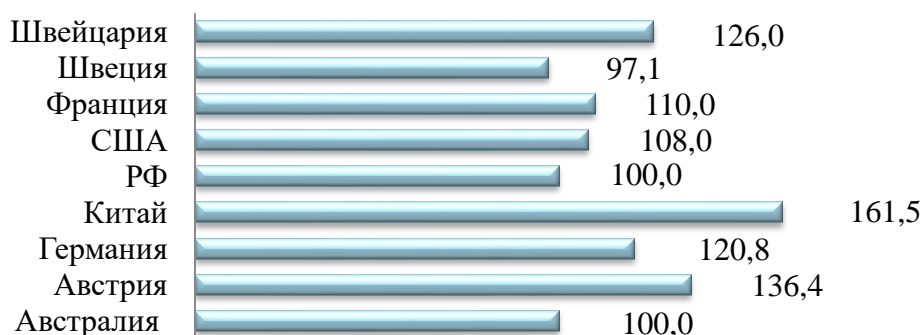


Рисунок 1 — Процент внутренних расходов на НИОКР в 2015 г. к 2004 г. от ВВП [13]

Рассматривая количество зарегистрированных заявок резидентов на 1 млн населения в разрезе анализируемых стран (рис. 2) первенство наблюдается у Японии, при этом в 2016 г. относительно 2015 г. рост составил (+13 резидентов). Наиболее низкий показатель в Российской Федерации в 2016 г. он уменьшился на 17 резидентов (соответственно). Темп прироста предоставления патентов (рис. 3) наиболее высок в Китае и Японии (12,5 %; 7,3 %) соответственно. В Российской Федерации и Франции произошло снижение предоставления патентов в 2016 г. к 2015 г. (1170; 325) соответственно.

Анализируя инновационный потенциал в России за период с 2010 по 2017 гг., важно отметить, что доля внутренних затрат на исследования и разработки к ВВП в 2017 к 2016 г. выросла на 0,9 %. Темп прироста затрат на

исследования и разработки к ВВП за исследуемый период (2010–2017 гг.) не имеет значительных снижений или подъемов. В разрезе сектора информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в 2017 г. к 2016 г. снижение составило 30,6 %, однако с 2010 г. наблюдается увеличение доли затрат на 92,3 %. Данное направление в стране с 2010 по 2017 гг. имеет положительную динамику развития, как и затраты на технологические инновации в общем объеме отгруженных товаров в организациях промышленного производства и сферы услуг (+ 50,0 %). Приоритетные направления, нацеленные на развитие экономики в общем объеме внутренних затрат на исследования и разработки составляют наибольшее количество затрат в разрезе анализируемых, но темп прироста их не высок и составляет 13,7% в 2017 г. к 2010 г. [15].

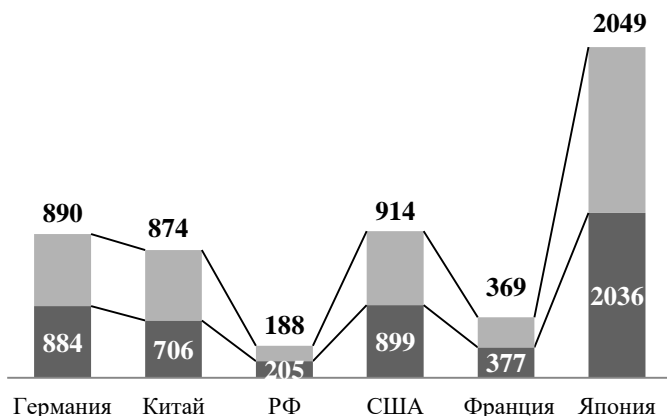


Рисунок 2 — Регистрация заявок резидентов (2015–2016 гг. на 1 млн населения) [14]

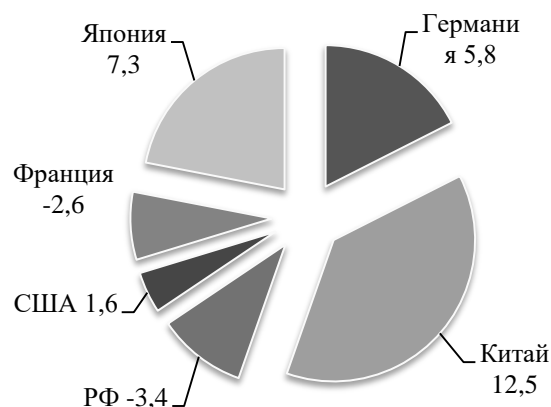


Рисунок 3 — Предоставление патента (отклонение 2016 г. к 2015 г. на 1 млн населения) [14]

Анализируя численность исследователей на 10 тыс. занятых в экономике и выполнивших научные исследования в разрезе федеральных округов и крупных городов федерального значения Российской Федерации, нужно отметить, что в городах федерального значения: Москва, Санкт-Петербург, Севастополь в 2017 г. к 2010 г. произошло снижение численности исследователей: в Москве на 35 % (74 чел.), в Санкт-Петербурге на 28,3 % (50 чел.). Севастополь в 2014 г. вошел в состав Российской Федерации, поэтому корректный статистический учет, возможно, вести с данного периода, в 2017 г. по отношению к 2015 г. произошло снижение на 22 % (9 чел.). Отрицательную динамику показывают Северо-Западный и Южный федеральные округа 10,6 % (8 чел.); 10,0 % (2 чел.) соответственно. В Северо-Кавказском (+9,7 %), Приволжском (+8,7 %), Уральском (+6,4 %), Сибирском (+1,2 %), Дальневосточном (+7,9 %) федеральных округах наблюдается увеличение численности на 10000 занятых в экономике исследователей [15].

Анализ количественных показателей цифровой экономики позволяет сделать вывод о степени внедрения «Индустрии 4.0» в мировое сообщество, так же своевременно реагировать на большие разрывы в показателях, разрабатывая

мероприятия по их сокращению с целью развития цифровой экономики.

Российской Федерации необходимо заложить расходы в формируемый бюджет Российской Федерации на 2020 г. и на плановый период до 2021 и 2022 гг. дополнительно не менее 0,5 % до 1,0 % от уровня ВВП. Увеличение финансирования на 50 % или 90 % создаст благоприятные условия для эффективного развития институтов цифровой экономики с участием государства, национального бизнес-сообщества и гражданского общества в России. Эти меры будут способствовать созданию национальных инновационных разработок, коммерциализации их и быстрому росту национальной экономики страны.

Показатели, анализируемые в литературе в статистических отчетах и сборниках Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), Евростата, Росстата должны выработать единые показатели для количественного измерения степени внедрения «Индустрии 4.0» во всемирное сообщество.

По результатам анализа выявлено, что в Росстате показатели регистрации заявок и предоставления патентов, затраты на исследования и разработки НИОКР процентах к ВВП вошли в мониторинг развития информационного общества в

Российской Федерации и соответствуют аналогии показателей Всемирной организации интеллектуальной собственности и статистической базы данных Института статистики ЮНЕСКО.

Выводы

Цель статьи состояла в выявлении степени внедрения «Индустрии 4.0» в странах, включая Российскую Федерацию. По предоставленным базам Всемирной организации интеллектуальной собственности, Всемирной организации интеллектуальной собственности и данных Института статистики ЮНЕСКО, Росстата выявлен разрыв в формировании цифровой экономики ряда стран. Анализ внутренних затрат на развитие цифровой экономики Российской Федерации дает положительную динамику степени внедрения «Индустрии 4.0».

Дальнейшие исследования степени внедрения «Индустрии 4.0» помогут выявить причины различий между странами и способности адаптироваться к ней, внедрение технологий, поддерживающих данную концепцию: большие данные, облачные вычисления и сфера их действия, доля управленческой информации с поставщиками или клиентами обменивающихся электронной информацией по всей цепочке поставок, безопасность, объем функции ИКТ и скорость Интернета.

Библиографический список

1. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг. : [Указ Президента РФ № 203 от 09.05.2017].

2. Vertakova, Yu., Polozhentseva, Yu., Klevtsova, M. Monitoring of state and dynamics of development of digitalization of industrial economy // *Advances in economics, business and management research : International scientific conf. ISCFEC 2018*. — 2018. — Vol. 47. — P. 1038–1041.

3. Трачук, А. В., Лундер, Н. В. Влияние ограничений ликвидности на вложения промышленных компаний в ис-

следования, разработки и результативность инновационной деятельности // *Эффективное антикризисное управление*. — 2016. — № 1. — С. 80–89.

4. Череповская, Н. А. О перспективах создания IT-кластера на региональном уровне // *Вестник БГТУ*. — 2018. — № 5. — С. 155–160.

5. Kagerman, H., Wahlster, W., Helbig, J. Securing the future of German manufacturing industry Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIE 4.0 : Final report of Industrie 4.0 Working Group. 2013 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1205.8966>.

6. Eurostat. Methodological manual for statistics on information society ICT usage and ecommerce in enterprises survey year 2017, version 1.0 (Dec., 2016), 1–84 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://circabc.europa.eu>.

7. Smit, J., Kreutzer, S., Moeller, C., Carlberg, M. Industry 4.0 a study for European Parliament. 2016 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.europarl.europa.eu/studies>.

8. Brettel, M., Friederichsen, N., Keller, M., Rosenberg, M. How virtualization, decentralization and network building change the manufacturing landscape // *International Journal of Information and Communication Engineering*. — 2014. — № 8 (1). — P. 37–44.

9. Hermann, M., Pentek, T., Otto, B. Design principles for Industrie 4.0 scenarios // *Proceedings of Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. — 2016. — March. — P. 3928–3937.

10. Santos, M. Y., Oliveira, J., Andrade, C. [etc.]. Big Data system supporting Bosch Braga Industrie 4.0 strategy // *International Journal of Information Management*. — 2017. — № 37 (6). — P. 750–760.

11. Wang, S., Wan, J., Zhang, D., Li, D., Zhang, C. Towards smart factory for Industrie 4.0: selforganized multi-agent system with big data based feedback and coordination // *Computer Networks*. — 2016. — № 101. — P. 158–168.

12. International Telecommunication Union (ITU), Geneva, ITU database, last accessed — January 2019.

13. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), Montreal, UNESCO Institute for Statistics (UIS) statistics database, last accessed — September 2018.

14. World Intellectual Property Organization (WIPO), Geneva, WIPO statistics database, last accessed — February 2018.

15. Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.gks.ru/free_doc/new_site/figure/anketa1-4.html.

Bibliographic list

1. About Strategy of development of information society in Russian Federation for 2017–2030 : [Decree of President of Russian Federation № 203 from 09.05.2017].

2. *Vertakova, Yu., Polozhentseva, Yu., Klevtsova, M.* Monitoring of state and dynamics of development of digitalization of industrial economy // *Advances in economics, business and management research : International scientific conf. ISCFEC 2018.* — 2018. — Vol. 47. — P. 1038–1041.

3. *Trachuk, A. V., Linder, N. B.* Impact of liquidity constraints on investment of industrial companies in research and development and effectiveness of innovation // *Effective crisis management.* — 2016. — № 1. — P. 80–89.

4. *Cherepovskaya, N. A.* On the prospects of creating an IT-cluster at regional level // *Bulletin of BSTU.* — 2018. — № 5. — P. 155–160.

5. *Kagerman, H., Wahlster, W., Helbig, J.* Securing the future of German manufacturing industry Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIE 4.0 : Final report of Industrie 4.0 Working Group. 2013 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1205.8966>.

6. Eurostat. Methodological manual for statistics on information society ICT

usage and ecommerce in enterprises survey year 2017, version 1.0 (Dec., 2016), 1–84 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://circabc.europa.eu>.

7. *Smit, J., Kreutzer, S., Moeller, C., Carlberg, M.* Industry 4.0 a study for European Parliament. 2016 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.europarl.europa.eu/studies>.

8. *Brettel, M., Friederichsen, N., Keller, M., Rosenberg, M.* How virtualization, decentralization and network building change the manufacturing landscape // *International Journal of Information and Communication Engineering.* — 2014. — № 8 (1). — P. 37–44.

9. *Hermann, M., Pentek, T., Otto, B.* Design principles for Industrie 4.0 scenarios // *Proceedings of Annual Hawaii International Conference on System Sciences.* — 2016. — March. — P. 3928–3937.

10. *Santos, M. Y., Oliveira, J., Andrade, C. [etc.].* Big Data system supporting Bosch Braga Industrie 4.0 strategy // *International Journal of Information Management.* — 2017. — № 37 (6). — P. 750–760.

11. *Wang, S., Wan, J., Zhang, D., Li, D., Zhang, C.* Towards smart factory for Industrie 4.0: selforganized multi-agent system with big data based feedback and coordination // *Computer Networks.* — 2016. — № 101. — P. 158–168.

12. International Telecommunication Union (ITU), Geneva, ITU database, last accessed — January 2019.

13. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), Montreal, UNESCO Institute for Statistics (UIS) statistics database, last accessed — September 2018.

14. World Intellectual Property Organization (WIPO), Geneva, WIPO statistics database, last accessed — February 2018.

15. Monitoring the development of information society in Russian Federation [Electronic resource]. — Mode of access : http://www.gks.ru/free_doc/new_site/figure/anketa1-4.html.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

А. П. Барсуков

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕПОЧЕК СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация

В статье представлены результаты исследования структуры цепочек создания ценности на основе использования современных цифровых технологий. Проанализированы результаты деятельности различных компаний, реализующих основные подходы (сценарии) к формированию цепочки создания ценности: стратегия низких цен; ориентация на ожидания покупательских групп; формирование цифровой платформы.

Ключевые слова

Цепочка создания ценности, цифровые технологии, ритейл, группы потребителей, стратегия.

А. P. Barsukov

TRANSFORMATION OF VALUE CHAINS THROUGH THE INTRODUCTION OF DIGITAL TECHNOLOGY

Annotation

Article presents findings on structure of value chains through utilization of modern digital technologies. Author analyzes the performance of various companies implementing key approaches (scenarios) to formation of value chain as follows: strategy of low prices; focus on expectations of consumer groups; formation of digital platform.

Keywords

Value chain, digital technologies, retail, consumer groups, strategy.

Введение

Современные исследователи [1–5] отмечают интенсивное развитие систем обеспечения населения продуктами питания; российские розничные системы в определенной степени дублируют основные этапы формирования данной отрасли в западных странах, развиваясь в более ускоренном ритме [6]. Ранее нами [7] были описаны особенности цепочек создания ценности (ЦСЦ) в этой сфере, формирующихся на основе сменяющих друг друга форматов розничной торговли.

Материалы и методы

Мы предположили, что смена форматов розничной торговли в существенной степени обусловлена изменяющимся по мере развития изменений в экономике показателем «бюджет семьи» (БС), представляющим собой сумму, потраченную среднестатистическим членом группы в месяц на покупку предметов первой необходимости (к которым не относятся покупка одежды, медицинские услуги, покупка лекарств, коммунальные платежи, развлечения); важным аспектом данной классифика-

ции является доля, занимаемой БС в общем доходе семьи [7, 8].

Полагаем, что важную роль в эволюции современных систем обеспечения населения товарами первой необходимости играют два основных аспекта: эволюция сервиса и эволюция технологий. Потребности в новых видах сервиса развиваются по мере роста БС, при этом формируется интерес покупателей к тем или иным видам сервиса, что побуждает участников формирования ЦСЦ к организации новых видов предлагаемого покупателям сервиса; при сокращении БС наблюдается обратная картина. Таким образом, БС в существенной степени определяет актуальность наиболее востребованных форматов торговли и, соответственно, структуру ключевых факторов успеха (КФУ), на которые должны быть направлены формируемые поставщиками ЦСЦ.

Авторами выделены (перечисленные ниже) диапазоны изменения доли БС в общем доходе семьи, формирующие у покупателей отличающиеся друг от друга спектры ожиданий, оказывающих влияние на актуальную структуру ЦСЦ:

1. Добюджетный — 52 % и более от общего дохода семьи.
2. Низкобюджетный — 51–30 %.
3. Среднебюджетный — 29–20 %.
4. Высокобюджетный — менее 20 %.
5. Послебюджетный — когда величина БС не имеет значения.

По мере уменьшения доли семейного бюджета, расходуемого на предметы первой необходимости, происходит трансформация структуры покупательских групп, для реализации ожиданий которых формируются обновленные форматы торговли и выстраиваются соответствующие ЦСЦ. То есть по мере развития российской экономики происходит определенное сокращение численности групп 1 и 2 и постепенный рост количества покупателей, входящих в группы 3 и 4; параллельно происходит

изменение объемов закупок продукции соответствующими группами покупателей. Ниже приведен достаточно лаконичный список категорий основных покупательских ожиданий (назовем их Признаками Привлекательности (ПП)), которые в той или иной степени могут проявляться у членов различных покупательских групп:

- цена — стоимость товара / услуги;
- ассортимент — группы (категории) товаров повседневного спроса (FMCG);
- сервис — форма и способы предоставления услуг потребителям;
- качество продукта — субъективное мнение (вывод) потребителя о свойствах товара (полезность, безопасность и т. д.);
- расход времени.

Отметим, что в различных бюджетных диапазонах уровень приоритетности актуальных ПП и нацеленных на них ожиданий покупательских групп будет разным. В частности, при низком ежемесячном доходе семьи (большая часть которого затрачивается на предметы первой необходимости) покупатели обычно увеличивают затраты времени на закупку товаров повседневного спроса по наиболее низкой цене. При более благополучной ситуации продукты приобретаются в ближайшем магазине [9].

В структуре ожиданий покупателей, имеющих отношение к высокобюджетному диапазону (БС составляет 20 % и менее от дохода семьи), доминирует индивидуализация; эти покупатели требуют персонального подхода во всем. Они не хотят тратить свое время на рутинные заботы, их доминирующей потребностью становится экономия времени. При этом возможности экономии времени, предоставляемые форматами Магазинов у дома (МУ) и Гипермаркетов (ГМ), в виде касс самообслуживания, совершенствования навигации по торговому залу, ускорения работы

кассиров, ощутимых результатов уже не дают. Требуются иные технологические решения, в частности, связанные с трансформацией процесса выбора продукта и путей доступа к торговой точке/товару. Использование современных информационных технологий может позволить ускорить процессы выбора предпочитаемой покупателем продукции. Основой этого подхода может стать анализ ранее совершенных данным покупателем покупок; необходимые данные могут быть получены из электронных баз данных, формируемых на основе фиксации оплаченных электронными платежными средствами покупок. Отметим, что в случае успешного внедрения данный подход может позволить одновременно реализовать два важных ожидания покупательской группы, касающиеся, как экономии времени, так и персонализации получаемых покупателем предложений.

Использование современных технологий также предоставляет дополнительные возможности реализации упомянутых выше ожиданий благополучных в финансовом плане покупательских групп (экономия времени и персонализация получаемых покупателем предложений) на основе своевременной (в «привычное» для покупателя время) персональной доставки предпочитаемого данным покупателем набора продуктов. Отметим, что помимо экономии времени за счет своевременной доставки продукции покупателю, он также не расходует свое время на анализ большого ассортимента товаров, так как поступающее ему предложение содержит предпочитаемый им выбор продуктов, то есть реализуется подход «то, что нужно, и тогда, когда нужно».

В настоящее время розничные компании стремятся собирать самую разнообразную информацию о покупателях, которая должна стать основой подобного подхода. Эти усилия параллельно предпринимаются компаниями

различного профиля, включая банки и аптечные сети. В результате покупатель постоянно получает несогласованные между собой «индивидуальные» предложения от различных компаний, в том числе и компаний одного и того же профиля деятельности, которые часто воспринимаются клиентом негативно. Существующая в настоящее время множественность центров обработки информации о предпочтениях покупателей и «мультиканальность» обращения к ним принимает форму массированной рекламной атаки с использованием всех возможных каналов (преимущественно электронной) коммуникации; это достаточно часто воспринимается покупателями негативно и, в связи с этим, не оправдывает используемых для создания этих систем ресурсов.

В качестве альтернативы существующему в настоящее время положению вещей может выступать Омниканальная среда, позволяющая формировать персонализированное предложение для покупателя не только на основе анализа его предшествующих покупок, но и с учетом других значимых факторов. К этим факторам можно отнести: доходы покупателя, состояние его здоровья и прогноз его изменения, стереотипы покупательского поведения, особенности эмоционального состояния. Омниканальная среда должна быть сформирована на основе объединения и централизации отдельных функций работы с информацией. Соответственно, фрагменты данной среды (и, возможно, вся среда в целом) могут быть, прежде всего, созданы компаниями, обладающими наибольшими объемами информации о покупателях, а также наилучшими технологическими возможностями получения и обработки подобной информации [9].

Результаты исследования

Степень успешности различных подходов к формированию ЦСЦ в условиях динамично изменяющейся среды

ведения бизнеса можно оценить на основе рассмотрения специфики и результатов деятельности различных компаний, реализующих 3 основных подхода к формированию ЦСЦ (сценария):

1. Стратегия низких цен («Магнит»).

2. Ориентация на ожидания покупательских групп («Лента», «Пятерочка»).

3. Формирование цифровой платформы («Сыр», сеть магазинов у дома, организованная компанией «ВладТриал», а также компания «Дикси»).

Сценарий 1 «Стратегия низких цен»

Наиболее распространенный сценарий в группе успешных компаний, которые продолжают эксплуатировать консервативную стратегию, ранее демонстрировавшую свою эффективность. В настоящее время данная стратегия малоэффективна, компании теряют долю рынка и рентабельность, далее закрываются. Яркий пример потери лидерства и обвала капитализации представляет собой сеть магазинов «Магнит» (компания «Тандер»), являющаяся одной из ведущих продуктовых розничных сетей в России. Магазины розничной сети расположены в 2709 населенных пунктах Российской Федерации, компания управляет собственной логистической системой, насчитывавшей в конце 2017 г. 37 распределительных центров. Также в распоряжении менеджмента имеется автоматизированная система управления запасами и автопарком, состоящим из 6089 автомобилей.

Стратегия данной компании была сформирована в период конца 1990-х — начала 2000-х гг., во время добюджетного и низкобюджетного периодов (по нашей классификации). В те годы для больших контингентов населения основным критерием выбора была цена продукции. Соответственно, стратегия ритейлера была основана на ценовой интервенции, что приносило свои положительные результаты. Стратегия низкой цены включает в себя следующие

компоненты: низкую себестоимость товара, высокую централизацию закупки товара, упрощенный ассортимент продукции, поиск лучших условий во взаимоотношениях с поставщиками продукции. Соответственно, продуктовый ассортимент формируется в первую очередь по признаку низкой закупочной цены и лучших дополнительных условий от поставщика/производителя (бонусы/скидки). Промопрограммы также формируются исходя из возможности получения самой большой скидки от поставщика, а не интересов потребителей. Закупка (заполнение складов) в распределительных центрах осуществляется по принципу приоритета товара с лучшими условиями от поставщика (большие скидки при больших объемах закупки), а не на основе выходящих за рамки низкой цены аспектов востребованности товара в торговых точках. Ассортимент продуктов в магазинах формируется на основе ассортимента ближайшего распределительного центра, вне связи с уровнем спроса на конкретные товары. Данный подход дает лучшие результаты в плане снижения себестоимости продукции и позволяет иметь минимальные цены на товар. До настоящего времени стратегия «Магнита» (низкие цены) не изменилась. Хотя, существенная часть российского рынка вошла в среднебюджетный (высокобюджетный в отдельных городах) период, что требует адаптации ассортимента к ожиданиям сформировавшихся сегментов покупателей и учета их локальных предпочтений. Также можно ожидать положительного эффекта от потенциального использования компанией дополнительных каналов продаж, промопрограмм, ориентированных на определенные группы потребителей; эти инструменты компанией практически не используются. Как следствие, «Магнит» начал терять конкурентные позиции, уступая свою долю рынка другим сетям («Пятерочка» (X5)), применившим вос-

требуемые стратегии. «Магнит» продолжал активно открывать новые магазины, дающие в начале своей деятельности определенный прирост оборота, при этом объемы продаж магазинов, отработавших год и более, падают из месяца в месяц, также снижается рентабельность магазинов. Менеджмент компании осознает текущее положение и понимает необходимость перехода на ориентацию стратегии на ожидания конкретных целевых групп покупателей, адаптации услуги относительно локаций и системного перехода на новые технологии, однако перестроить устоявшуюся на стратегии низких цен систему оперативно не удастся.

Операционные показатели. В 2017 г. компания открыла 2291 магазин, общее число магазинов по состоянию на 31 декабря 2017 г. составило 16 350, что на 16,3 % больше, чем по итогам за 2016 г. Основной рост пришелся на формат «магазины у дома», прирост которых составил 1604 шт. Торговая площадь достигла 5755 тыс. кв. м (+13,6 %). Объем консолидированной неаудированной выручки за 2017 г. увеличился на 6,37 % по отношению к 2016 г. и достиг 1143,29 млрд руб. (табл. 1). Расчет роста показателя операционной прибыли произведен только на основании сокращения издержек, без учета планируемого роста оборота.

Таблица 1 — Ключевые показатели деятельности ПАО «Магнит» в 2017 г.

	2016 г.	2017 г.	Динамика, %
Операционные показатели			
Количество магазинов	14 059	16 350	16,3
Торговая площадь, тыс. кв. м	5068	5755	13,6
Выручка с 1 кв. м торговой площади, руб.	212 092	198 622	-6,3
Данные LFL, %			
Выручка	-0,26 %	-3,37 %	-3,1
Трафик	0,65 %	-3,17 %	-3,8
Средний чек	-0,90 %	-0,21 %	0,7
Финансовые показатели, млн руб.			
Выручка	1 074 811,55	1 143 290,40	6,37
Магазины у дома	790 157,07	846 112,98	7,08
Гипермаркеты	157 688,53	146 435,21	-7,14
Магнит Семейный	56 910,82	59 779,10	5,04
Дрогери	64 449,43	78 785,81	22,24
Оптовые продажи	5 605,71	12 177,30	117,23
Валовая прибыль	295 759,01	304 712,21	3,03
Чистая прибыль	54 409	35 531	-34,7

Сценарий 2 «Ориентация на целевые группы»

Данный сценарий реализуют крупные компании, занимающие значительную долю рынка. Подобные компании не могут быстро изменить имеющуюся систему организации своей деятельности на инновационную, но они способны реализовать стратегию ориентации на потребительский спрос. Отметим также,

что сегментация покупателей с целью выявления предпочтений ключевых групп, в конечном итоге, все равно ведет к индивидуализации услуги/продукта до уровня отдельного клиента, особенно в условиях роста численности групп покупателей, ориентированных на персонализацию получаемых ими предложений. Подобные компании не могут реализовать данный подход, т. к. он требу-

ет кардинальной трансформации систем, стандартов и, зачастую, корпоративной культуры. Единственный выход для таких компаний — постепенный переход на Сценарий 3: добавление к офлайн-ритейлу онлайн-канала, адаптация ассортимента в магазинах к ожиданиям конкретных целевых групп покупателей. Индивидуализация услуг в онлайн-канале может быть произведена на основе связывания офлайн- и онлайн-торговли, а также всех форматов перекрестной лояльностью покупателей; возможно использование сторонних маркетинговых платформ.

Приведем пример стратегии магазинов «Пятерочка», входящих в группу компаний X5 Retail Group, которая управляет магазинами нескольких торговых сетей: МУ под брендом «Пятерочка», супермаркетами (СМ) под брендом «Перекресток», ГМ под брендом «Карусель», магазинами «Экспресс-Ритейл» под различными брендами. В 2013 г. началась реализация стратегии адаптации деятельности компании к ожиданиям покупателя на основе сегментации покупателей и выделения ключевых покупательских групп. Сегментация проводилась с учетом региональных условий, то есть в каждом регионе отдельно. Адаптация услуги включала в себя следующие компоненты: трансформацию ассортимента с учетом наиболее востребованных категорий продуктов в соответствующей локации; учет предпочтений покупателями продукции местных поставщиков в каждом регионе; адаптацию ценообразования в соответствии со спецификой конкурентной среды и бюджета семей ключевых групп потребителей в локации; оптимизацию торгового пространства до необходимого уровня (относительно востребованного ассортимента); разработку промограмм, направленных на конкретные целевые группы, и сезонных предложений.

Как следствие применения стратегии, компания показала опережающий

прирост показателей продаж и рентабельности, что в итоге позволило сети X5 (лишь за счет «Пятерочки», применившей эту стратегию) стать лидером Российского ритейла. По итогам 2017 г. группой было открыто 2934 магазина. Общее количество открытых магазинов на 31 декабря 2017 г. составило 12 121, что на 31,94 % больше, чем в 2016 г. В то же время за I квартал 2018 г. чистая прибыль X5 Retail Group снизилась на 32,6 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, и составила 5,63 млрд руб.; выручка выросла на 19,9 %, до 351,5 млрд руб. Предыдущим худшим кварталом после кризисного 2014 г. был IV квартал 2015 г. — тогда прибыль снизилась на 25,9 %. В этом плане существенный интерес представляет уровень организации работы реализующих Сценарий 2 компаний с сегментами (группами) покупателей. Ранее нами также были описаны основные группы розничных покупателей молочной продукции [8], структура которых в существенной степени совпадает с результатами ранее проведенных исследований [2]. Результаты проведенных нами исследований [7] указывают на то, что участвующие в формировании структуры ЦСЦ сбыта молочных продуктов компании-производители не используют дифференцированный подход к реализации конкретных видов продуктов, ориентированных на различные покупательские группы. При проведении анкетных опросов нами было обнаружено, что только в 15,52 % компаний от общего числа изученных менеджмент дифференцирует свои действия, направленные на рост сбыта продукции, по отношению к различным покупательским группам.

Результаты экспертных интервью и опросов респондентов указывают на то, что работающие в пределах различных субрынков компании-производители, в силу экономической целесообразности, направляют основные свои усилия на удовлетворение ожиданий некой «базо-

вой» группы покупателей. Параллельно они переносят свои (в значительной степени специфичные для «базовой» группы) принципы организации деятельности на другие «небазовые» покупательские группы: 62,93 % компаний-производителей от общего числа изученных на практике ориентируются на единственную потребительскую группу, 27,59 % — на две, причем одна из них — та же, что и у компаний с однонаправленным фокусированием усилий. Упомянутой выше «базовой» потребительской группой многие компании-производители считают группу «Домохозяйки с маленькими детьми (замужние, одинокие)». На втором месте по значимости для компаний-производителей находятся покупательские группы «Молодые семьи без детей» и «Неработающие пенсионеры».

Таким образом, сложно говорить об эффективности стратегии ориентации на целевые группы, так как в реальной жизни данный подход используется в достаточно ограниченном варианте.

Реализация Сценария 3, ориентированного на высокобюджетный период и существенный рост числа покупателей, расходующих небольшую часть семейного дохода на продукты первой

необходимости, потребует существенной перестройки структуры ЦСЦ и инфраструктуру потребительского рынка.

Сценарий 3 «Ориентация на новые технологии»

Сценарий ориентирован на перечисленные ниже основные тренды: индивидуализация услуги/товара (адаптация к ожиданиям отдельного клиента); ориентация на новые сегменты (целевые группы) потребителей — сообщества по интересам и другим объединяющим факторам; приоритет пользования ресурсами, а не владения ими (использование сервисных платформ, аутсорсинг функций); оцифровка собственных функций; централизация процессов.

Данная стратегия позволяет отвечать набирающим вес ожиданиям покупательских групп, связанным с индивидуализацией предложений и экономией времени, параллельно снижая себестоимость услуги/товара. Это должно позволить увеличить долю рынка за счет перехода к использованию результатов реализации сценария № 3 покупателями, ранее являвшимися клиентами «классических» компаний. Основные этапы ожидаемых изменений представлены на рисунке 1.

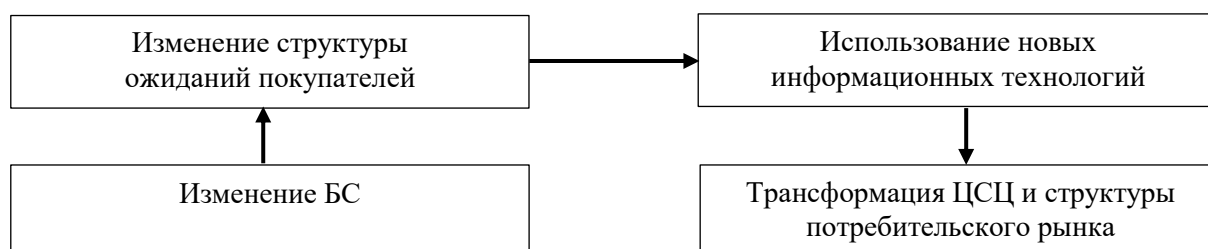


Рисунок 1 — Этапы трансформации ЦСЦ и потребительского рынка

В целом можно сказать, что в цепи «производитель — дистрибутор — розница — потребитель» первое и последнее звено имеют в определенной степени доминирующее значение, а дистрибутор и розница сформировались на основе стремления к совмещению интересов производителя и потребителя. Отметим также, что на насыщенных потребитель-

ских рынках «рыночная власть покупателя» доминирует над «рыночной властью поставщика». Соответственно, полное либо частичное элиминирование из описанной выше цепи дистрибуции и розницы может позитивно восприниматься как производителями (появляется возможность увеличения уровня прибыльности деятельности), так и потреби-

телями (появляется возможность покупки товаров по низким ценам). Естественно, эти стремления производителя и потребителя смогут получить практическое воплощение только в случае успешной реализации других важных ожиданий производителя и потребителя — как ранее существовавших, так и сформировавшихся недавно.

Представим основные элементы трансформации дистрибуции в рамках Сценария 3:

– основной функционал дистрибуторов оцифровывается, остается лишь логистика;

– оцифрованные инструменты получает производитель, снижая тем самым издержки, усиливая контроль товародвижения и улучшая управляемость.

Розничная торговля «расщепляется» на две основные ветви:

– рутинный товар практически полностью отходит в распоряжение онлайн-ритейлеров, которые будут наращивать свои продажи преимущественно за счет покупателей, снижающих до возможного минимума частоту посещения ГМ;

– «эмоционально значимый» товар (требующий непосредственного контакта покупателя с товаром и продавцом в процессе принятия решения либо приносящий позитивные эмоции в процессе выбора) будут реализовывать розничные магазины EFMCG (Emotional FMCG), в

которые также будут переходить клиенты ГМ и СМ.

Параллельно развиваются перечисленные ниже тенденции: развивающиеся онлайн-платформы агрегируют в себе не только продажи товаров, но и услуги, в том числе финансовые, что позволит создавать на базе платформ омниканальную среду, в которой ожидаемый комплексный сервис в нужное время будет предлагаться потребителю; совершенствование персонализации предложений и сервисов приведет к тому, что омниканальные платформы трансформируются в персональных помощников для каждого покупателя, который всегда порекомендует лучший для конкретного покупателя товар (в том числе не дожидаясь вопроса); персональные помощники для юридических лиц примут форму центров планирования бизнеса.

Этапы и компоненты трансформации ЦСЦ при реализации Сценария 3

Пример компании, полностью основанной на Сценарии 3, представляет новая сеть дискаунтеров «Сыр» (Приморский край). Процессы товародвижения, коммерции, управления сетью и развития проходят через привлеченную технологическую платформу одной из московских компаний. В новой схеме работы перераспределяются роли участников рынка, часть участников исчезает либо частично утрачивает свои функции (табл. 2).

Таблица 2 — Перераспределение функций участников рынка

Участник рынка	Основная функция		Функция «постановки» товара на полку торговой точки
	В настоящее время	В будущем	
Производитель	Производство товара; доставка товара в торговую точку / дистрибутору	Исключительно производство товара; логистика осуществляется специализированными логистами	Листинг, заведение в ассортимент, запуск промопрограмм и регулярный заказ товара
Дистрибутор	Посредник между производителем и торговой точкой	Уменьшение значимости функции посредника (на начальном этапе). В итоге останется функция логистики и функции — дистрибутора в работе с мелкими рисковыми торговыми точками	реализует Цифровой дистрибутор

Сравним эффективность использующих различные бизнес-модели дистрибуторских компаний: классическая (на примере дистрибуторов компаний «ПепсиКо», «Проктор энд Гэмбл»); основанная на технологии «Цифровой дистрибутор» (компания «ВладТриал» (Дальний Восток)).

Компания «ВладТриал» применяет технологию цифровой дистрибуции, заменяя торговых представителей программами автоматического расчета и сбора заказов, онлайн-скоринга торго-

вых точек, виртуальной учетной системы и ряда взаимосвязанных между инструментов.

Полностью автоматизированная система товародвижения от производителя до полки магазина позволяет на фоне роста оборота сокращать издержки компании, увеличивать управляемость и адаптивность бизнеса за счет полной замены выполняемых человеком функций на цифровые. В таблице 3 показана эволюция функционала традиционного дистрибутора к цифровому.

Таблица 3 — Функционал двух бизнес-моделей дистрибуции

Традиционный дистрибутор	Цифровой дистрибутор	
	Система	Инструменты системы
Логистика дистрибутора	Логистика дистрибутора	Оптимизация объема поставок и дискретности с помощью системы
Склады дистрибутора	Склады дистрибутора	Оптимизация объемов хранения товарного запаса с помощью системы
Торговая команда дистрибутора	Цифровой дистрибутор	Система автоматического управления заказами
		Система контроля выкладки и корректности стоков точки
		Система продвижения товара производителя в торговую точку
Операционный офис	Цифровой дистрибутор	Система управления рисками
		Услуга без рискованных оплат (факторинг)
		Система анализа и отчетности
		Система управления ассортиментом торговой точки

За счет повышения качества сервиса, выполнения стандартов в торговых точках, стимулирования продаж происходит рост оборота дистрибутора. Показатели, характеризующие сокращение расходов при использовании цифровой дистрибуции, представлены в таблице 4. На первом этапе, при частичном внедрении цифровых технологий, получаем сокращение расходной части на 4 %:

- уменьшение ФОТ торговой команды (уменьшение количества торговых представителей);

- уменьшение ФОТ администрации (уменьшение количества управленцев);

- снижение затрат на складскую логистику (оптимизация хранимого товарного запаса);

- снижение затрат на доставку продукции клиентам (частичный переход на аутсорсинг).

На втором этапе таблицы 4, при переходе на цифрового дистрибутора, получаем сокращение расходной части на 11,5 %:

- значительное уменьшение ФОТ торговой команды (уменьшение общего количества торговых представителей), с клиентами работают только сотрудники компании-производителя;

- уменьшение ФОТ администрации (уменьшается количество управленцев);

- снижение затрат на складскую логистику (оптимизация хранимого товарного запаса);

- снижение затрат на доставку от производителя дистрибутору — часть товара отправляется напрямую от производителя (частичный переход на аутсорсинг).

Таблица 4 — Показатели, характеризующие сокращение расходов при использовании цифровой дистрибуции

	Работа через канал дистрибуции	Цифровой дистрибутор	
		Этап 1 (2017–2020)	Этап 2 (2020–2025)
	Логистика дистрибутора	Логистика дистрибутора	Цифровой дистрибутор
	Склады дистрибутора	Склады дистрибутора	Цифровой дистрибутор
	Торговая команда	Цифровой дистрибутор	Цифровой дистрибутор
	Операционный офис	Операционный офис	Цифровой дистрибутор
Затраты от оборота дистрибутора			
Общая маржа дистрибутора (back + front)	25,5 %	25,5 %	25,5 %
Хранение продукции	2,8 %	2,8 %	0,0 %
Доставка продукции	4,1 %	4,1 %	0,0 %
Содержание офиса продаж	8,1 %	7,8 %	7,5 %
Торговая команда	4,9 %	0,4 %	0,4 %
Управление и Администрация	1,4 %	1,0 %	0,7 %
Вознаграждение ToT	0,0 %	0,5 %	6,0 %
Операционная прибыль	4,2 %	8,9 %	10,9 %

Экономия затрат производителя. При переходе на цифрового дистрибутора исчезает показатель «торговая наценка дистрибутора», а также бонусы и компенсации дистрибутору (23 %); параллельно наблюдается экономия по остальным статьям.

Проект повышения эффективности компании «ВладТриал» через внедрение комплексного инструмента «Цифровой Дистрибутор»

Компания «ВладТриал» — дистрибутор на территории Дальнего Востока, осуществляет доставку в города Владивосток, Хабаровск, Благовещенск, Петропавловск-Камчатский. В портфель дистрибутора входят контракты как с крупными международными («Mars», «PepsiCo», «InBevтак»), так и с региональными компаниями («Объединенный кондитер», «Конфитрейд»).

Ассортиментная матрица дистрибутора включает в себя около 12 тыс. SKU, среднемесячный объем продаж дистрибутора достигает 800 млн руб. при активной клиентской базе, насчитывающей около 15 тыс. точек достав-

ки. Численность персонала отдела продаж дистрибутора насчитывает 480 торговых представителей, включая сотрудников, занимающихся крупными контрактами, и торговых представителей, занимающихся продажей всего ассортимента дистрибутора. Среди основных конкурентов компании ВладТриал можно выделить дистрибуторов «AP Trade», «Невада», «Юнион» и «Серика». Компания имеет свои сильные и слабые стороны (табл. 5). Несмотря на большую территорию покрытия и развитый бизнес, дистрибутор сталкивается с рядом перечисленных ниже угроз на рынках Дальнего Востока: экспансия национальных сетей на прямых отгрузках от производителей и агрессивная ценовая политика; консолидация рынка; сокращение АКБ (активной клиентской базы); ужесточение законодательной среды, требующее инвестиций в новые системы и инструменты (ЕГАИС, Меркурий, онлайн-кассы, 54ФЗ); уход с рынка клиентов дистрибутора (розничных точек), не готовых работать в новом правовом поле.

Таблица 5 — Сильные и слабые стороны компании «ВладТриал»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – большое количество контрактов в портфеле; – большая территория покрытия; – открытость и готовность к трансформации; – вовлечение собственников бизнеса в процесс управления; – внедрение новых технологий (WMS) 	<ul style="list-style-type: none"> – высокие затраты на обслуживание удаленного и мелкого покрытия (ФОТ, логистические затраты); – управление товарным запасом; – высокая текучесть персонала; – низкая автоматизация бизнес-процессов

Чтобы противостоять угрозам среды, менеджмент компании принял решение изменить стратегию развития и сфокусироваться на инновационных технологиях в сфере продаж, а также на повышении своей бизнес-эффективности и конкурентоспособности — на основе реализации проекта «Цифровой Дистрибутор». Повышение эффективности бизнеса дистрибутора неразрывно свя-

зано с этапами реализации проекта «Цифровой Дистрибутор». Так, на первом этапе реализации проекта не предполагается существенного роста рентабельности, в то время как на втором и третьем этапах эволюции продукта рентабельность бизнеса будет расти существенными темпами.

Этапы эволюции компании представлены в таблице 6.

Таблица 6 — Этапы эволюции инструмента «Цифровой Дистрибутор» по основным блокам

Блок	Даты запуска	Июль'18	Сент-Окт'18	Янв-Июн'19
	Подблок	MVP	Основная версия	Версия 2.0
Продажи	Сбор и обработка заказов	+	+	+
	Рекомендованный заказ		+	+
	Управление ассортиментом	+	+	+
	Развитие ТТ и оценка потенциала		+	+
	BI (бизнес-аналитика)		+	+
Ценообразование	Базовое ценообразование	+	+	+
	Продвинутое ценообразование		+	+
Финансы	Контроль ДЗ	+	+	+
	Управление ДЗ		+	+
	Блок-скоринг		+	+
Продвижение	Промо	+	+	+
	Мерчандайзинг		+	+
	Учет и товародвижение		+	+
IT	Протокол обмена данными			+
	Концепция встраиваемых компонентов			+
	Геймификация		+	+
	Система биллинга		+	+

По итогам реализации трех этапов проекта «Цифровой Дистрибутор» ожидается двукратное увеличение рентабельности — с 2 до 4,5 % (табл. 7). Возможно дальнейшее повышение эффективности дистрибутора за счет более

точных настроек основных процессов (складское хранение, оптимизация цепочки доставки, управление складским товарным запасом, управленческая структура среднего звена).

Таблица 7 — Этапы и ожидаемые эффекты от внедрения продукта «Цифровой Дистрибутор»

Этапы реализации	Этап I (Июль-Сент. 2018)	Этап II (Октябрь-Декабрь 2018)	Этап III (Январь-Июль 2019)
Версия продукта	MVP	Основная версия	Версия 2.0
Что даст?	Повышение рентабельности с 2 до 2,1 %	Повышение рентабельности с 2,1 до 3 % <ul style="list-style-type: none"> сокращение уровня ПДЗ с 14,6 до 12 %; сокращение ФОТ с 7,2 до 5 % 	Повышение рентабельности с 3 до 4–4,5 % <ul style="list-style-type: none"> сокращение уровня ПДЗ с 12 до 10–8 %; сокращение ФОТ с 5 до 3,6 %
За счет чего?	Увеличение частоты заказов	<ul style="list-style-type: none"> расширение покрытия; подключение мелких торговых точек; увеличение среднего заказа и среднепроданной дистрибуции на точку доставки; постепенное сокращение частоты визита ТП и как следствие ставок ТП; повышение эффективности отдела кредитного контроля и отдела продаж 	<ul style="list-style-type: none"> эффективное управление ассортиментом; эффективное управление промоактивностями и маркетингом; эффективное управление ценообразованием; возможно расширение портфеля контрактов дистрибутора за счет получения конкурентного преимущества над остальными игроками рынка

Трансформация систем управления на основе использования технологических платформ

Вероятно, переход на Сценарий 3 потребует внесения существенных изменений в системы управления бизнесом. В настоящее время большинство розничных сетей России сталкивается с множеством сходных управленческих проблем:

– прежние модели управления бизнесами / процессами / торговыми объектами, сконцентрированные в руках управляющей команды не дают должного эффекта (часто оказывает негативное влияние человеческий фактор);

– масштабирование ранее использовавшейся организационной структуры требует дополнительного ресурса в виде дорогостоящих менеджеров, которые будут вынуждены эту структуру существенным образом модифицировать;

– практически во всех отраслях существует «кадровый голод»; реальные специалисты с опытом эффективной работы стоят дорого, и их немного на рынке;

– иностранные специалисты плохо интегрируются в российские команды и в основном привлекаются для реализации краткосрочных консалтинговых проектов;

– управление бизнесом переходит на использование цифровых технологий, внедрение которых в традиционные крупные компании чаще всего связано с существенными трудностями.

Достаточно часто в качестве основных инструментов разрешения подобных проблем используется привлечение высокооплачиваемого персонала, создание новых структур, покупка продвинутых информационных систем. Одно из наиболее современных решений связано с использованием технологических платформ, объединяющих в себе комплекс инструментов, увязанных единой системой целеполагания, оценки результатов и предложения конкретных управленческих решений, на основе всей доступной информации о клиентах, конкурентах и рынке в целом. Платформа представляет собой облачный сервис, содержащий комплекс вза-

имосвязанных коммерческих инструментов, использующих всю доступную информацию о потребителе. Подобная платформа позволяет:

– обосновать для совета директоров оценку работы менеджмента, выявить неблагоприятные тренды в развитии бизнеса, провести сравнение с конкурентами, оценить риски в онлайн-режиме;

– обеспечить непрерывное сопровождение полного спектра функций менеджмента, контроль и своевременные корректирующие действия, высокоточное прогнозирование, оценку перспектив масштабирования бизнеса;

– обеспечить постоянную информационную поддержку деятельности исполнителей.

Выводы

Улучшение экономического положения влечет за собой изменение структуры наиболее востребованных ЦСЦ, которые могут быть сформированы на основе использования современных цифровых технологий.

Библиографический список

1. Горская, Ю. А. Эволюция форматов розничной торговли // Поволжский торгово-экономический журнал. — 2011. — № 1. — С. 13–18.

2. Калашникова, И. В. Становление сетевой торговли: опыт российского продуктового ритейла // Правовые, социально-гуманитарные и экономические проблемы в фокусе научных исследований : материалы Всерос. науч.-практ. конф. / под общ. ред. С. Е. Туркулец. — М., 2016. — С. 133–141.

3. Калинина, М. А. Влияние развития рознично-оптовой структуры на экономические показатели // Маркетинг. — 2006. — № 2. — С. 92–93.

4. Коваль, И. В., Савостина, С. Е. Создание современных форматов розничной торговли муниципального образования // Вестник Тихоокеанского государственного экономического университета. — 2006. — № 4 (40). — С. 3–12.

5. Совиздранюк, А. В., Чигидин, О. Д. Интеграция и расширение торговых форматов в системе розничной торговли // Перспективы развития предпринимательства в странах Евразийского экономического союза : сб. материалов международного науч.-практ. конф. — Симферополь, 2016. — С. 204–206.

6. Арзуманова, Т. И., Мачабели, М. Ш. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания : учеб. пособие. — 3-е изд. — М. : Дашков и Ко, 2011. — С. 272.

7. Барсуков, А. П. Трансформация цепочки создания ценности: основные механизмы и неиспользуемые возможности // Управление экономическими системами. — 2018. — № 4 (11). — С. 4.

8. Барсуков, А. П. Формирование цепочки ценности: идентификация основных целевых групп // Гуманитарные и социально-экономические науки. — 2017. — № 3 (94). — С. 98–105.

9. Барсуков, А. П. Трансформация цепочек создания ценности: механизмы и перспективы // Экономика и предпринимательство. — 2017. — № 1203 (89–3). — С. 840–849.

Bibliographic list

1. Gorskaya, Yu. A. Evolution of retail formats // Volga economic and trade journal. — 2011. — № 1. — P. 13–18.

2. Kalashnikova, I. V. Formation of network trade: experience of Russian food retail // Legal, social, humanitarian and economic problems in focus of research : materials of All-Russian scientific-practical conf. / ed. by S. E. Turkullets. — M., 2016. — P. 133–141.

3. Kalinina, M. A. Impact of development of retail wholesale structure on economic indicators // Marketing. — 2006. — № 2. — P. 92–93.

4. Koval, I. V., Savostina, S. E. Creation of modern formats of retail trade of municipal entity // Bulletin of Pacific State University of Economics. — 2006. — № 4 (40). — P. 3–12.

5. *Sovizdranyuk, A. V., Chigidin, O. D.* Integration and expansion of retail formats in retail system // Prospects for development of entrepreneurship in countries of Eurasian Economic Union : materials of International scientific-practical conf. — Simferopol, 2016. — P. 204–206.

6. *Arzumanova, T. I., Machabeli, M. Sh.* Economics and planning in enterprises of trade and nutrition : textbook. — 3rd ed. — M. : Dashkov and Co, 2011. — P. 272.

7. *Barsukov, A. P.* Transformation of value chain: basic mechanisms and unused opportunities // Management of Economic Systems. — 2018. — № 4 (11). — P. 4.

8. *Barsukov, A. P.* Formation of value chain: identification of the main target groups // Humanities and socio-economic sciences. — 2017. — № 3 (94). — P. 98–105.

9. *Barsukov, A. P.* Transformation of value chains: mechanisms and prospects // Economy and Entrepreneurship. — 2017. — № 1203 (89–3). — P. 840–849.

V. A. Bondarenko, M. V. Popov

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА В СЕГМЕНТЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ИГРОВОГО КОНТЕНТА

Аннотация

На современном этапе развития наблюдается проникновение информационных технологий во все сферы человеческой жизни, в силу чего проявляется тенденция цифровизации общества. Сегмент игрового контента в новом цифровом обществе является растущим рынком, в рамках которого формируются различные потребительские модели и траектории наращивания потребления. Представлены результаты исследования спроса на игровой контент и сделаны выводы о влиянии на его формирование разнонаправленных факторов, учет которых позволит прогнозировать его дальнейшую динамику.

Ключевые слова

Игровой контент, спрос, исследование, потребители, тенденции.

V. A. Bondarenko, M. V. Popov

RESEARCH OF CONSUMER DEMAND IN SEGMENT OF POTENTIAL CONSUMERS OF GAME CONTENT

Annotation

At the present stage of development of society there is penetration of information technology in all spheres of human life, which is why trend of digitalization of society. Segment of game content in new digital society is a growing market in which various consumer models and trajectories of increasing consumption are formed. Article presents the results of a study of demand for game content and draws conclusions about the impact on its formation of multidirectional factors, account of which will allow to predict its further dynamics.

Keywords

Game content, demand, research, consumers, trends.

Введение

Цифровизация общества сопровождается не только проникновением цифровых и интернет-технологий в производственную сферу, но и в другие сфе-

ры деятельности людей такие как: развлечение и культура. Развитие глобальных телекоммуникационных средств, интернет-технологий и программного обеспечения приводит к формированию

такого сектора экономики как производство и потребление компьютерных игр. Цифровизация способствует изменению уже имеющихся и возникновению новых маркетинговых технологий в отношении новых продуктов цифрового общества — компьютерные игры. Посредством реализации и сбыта цифровых товаров и игрового контента происходит активизация инновационных и высокотехнологичных секторов экономики и сопряженных с ними секторов промышленности, развитие национального человеческого капитала. Поэтому исследование спроса на цифровые товары и игровой контент, актуально в настоящее время [2, 3].

Материалы и методы

Исследование сложившегося клиентского спроса на игровой контент и

возможных паттернов его развития в будущем может и должно реализовываться на сочетании общенаучных методов, таких как анализ и синтез данных, индукция и дедукция, а также проведения кабинетных и полевых маркетинговых исследований, позволяющих выявить складывающиеся закономерности. В статье представлены результаты осуществленного полевого исследования, которое было проведено в виде интернет опроса по структурированной анкете.

Результаты

В рамках полевого исследования рынка компьютерных игр было проведено опрос 355 респондентов различного пола, широкого возрастного диапазона возраста и профессий (рис. 1) [1].

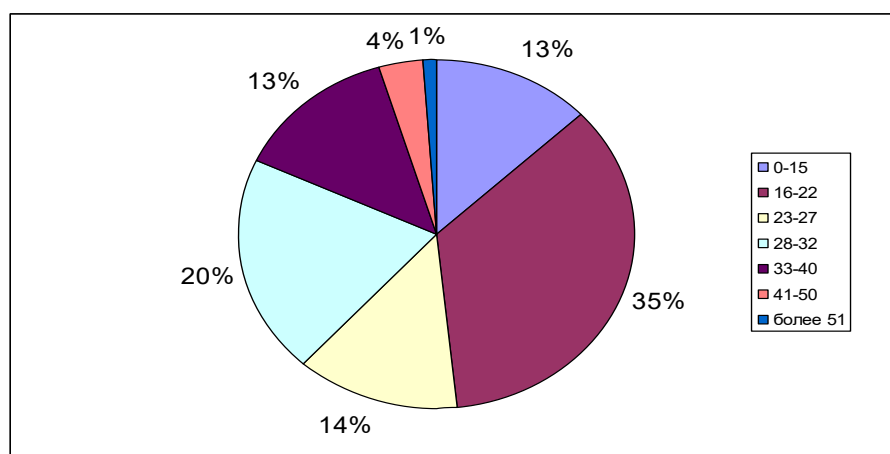


Рисунок 1 — Возрастной состав респондентов, опрошенных в рамках исследования потенциальных потребителей игрового контента, %

«Анкета, составленная для потенциальных потребителей игрового контента, предназначена для получения следующей информации:

- наличие у респондента профессии, а следовательно, источника дохода;
- мнение респондентов о потреблении игрового контента;
- опыт приобретения и частоту приобретения игрового контента и компьютерных игр;
- предпочтения потребителя компьютерных игр;
- предпочтение каналов коммуникации при выборе игр и игрового контента;

– выбор игровых платформ для потребления компьютерных игр (в зависимости от платформ — персональный компьютер, мобильный телефон или приставка)» [1].

В процессе опроса у респондентов выяснялся их возраст, отношение к расходам на развлечения, а также наличие/отсутствие у респондента игроков среди друзей и близких. Обработка полученных анкет позволила представить следующие результаты. Среди опрошенных 355 респондентов 20 % женская аудитория и 80 % — мужская (рис. 2).

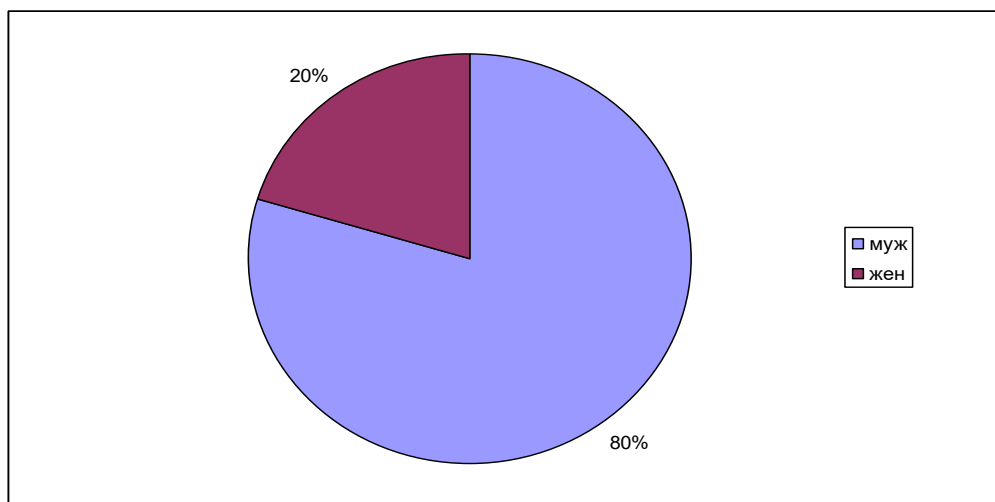


Рисунок 2 — Состав респондентов по половому критерию, %

Согласно результатам опроса можно утверждать, что женская аудитория составляет пятую часть аудитории. Поэтому разработка, создание и продвижение игрового контента должны быть ориентировано не только на мужскую аудиторию, но и на женскую. Уже сейчас есть игровые проекты, созданные в основном для женской аудитории,

например, «Sims 4» или различные игры в социальных сетях.

В целях уточнения потенциального спроса на игровой контент, а впоследствии и эффективности использования маркетинговых технологий в сфере продвижения игрового контента респонденты были опрошены об их профессиональной принадлежности (рис. 3).



Рисунок 3 — Состав респондентов исследования по профессиональной принадлежности, %

Исходя из результатов исследования следует отметить, что, как правило, неработающее население, например, школьники или студенты составляют в сумме 43 %, тогда как остальные слои населения 57 % это респонденты, располагающие постоянными доходами и

могут формировать стабильный спрос на игровой контент. В силу того что большинство респондентов имеет постоянный доход, им было предложено ответить на вопрос какую долю доходов они готовы потратить на развлечения (рис. 4).

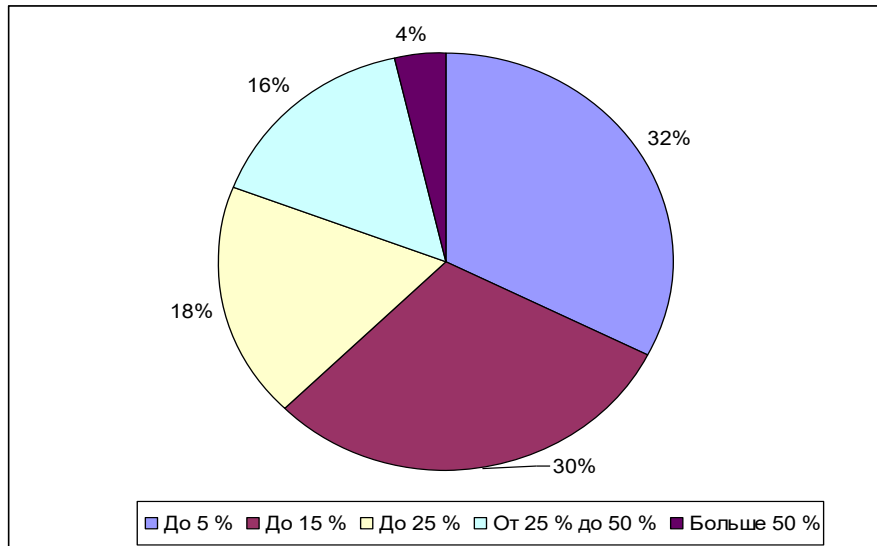


Рисунок 4 — Распределение ответов респондентов на вопрос: Какую долю дохода вы готовы потратить на развлечения? (в % от дохода)

Подавляющее большинство отнесло себя к тем категориям, которые готовы потратить малую долю денежных средства на развлечения. Данную тенденцию можно охарактеризовать как свойственную всем рынкам товаров и услуг, так как на современном этапе в

России наблюдается устойчивое падение реальных доходов населения. Для исследования потенциала рынка игрового контента респонденты были опрошены на предмет наличия близких, которые играют в компьютерные игры (рис. 5).

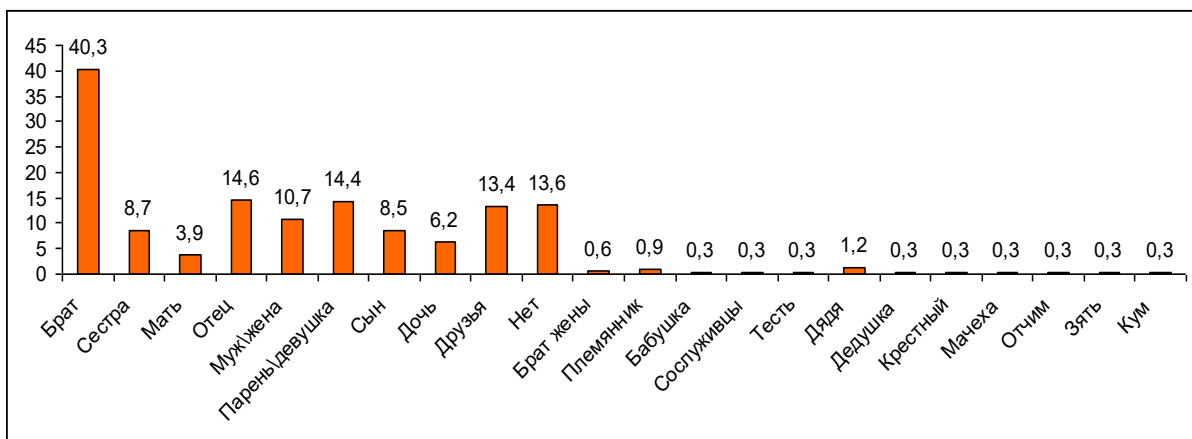


Рисунок 5 — Распределение ответов респондентов на вопрос: Среди ваших родственников или близких людей есть люди, играющие в компьютерные игры?, %

Далее для уточнения влияния референтных групп респонденты были исследованы на вопрос о количестве

близких, которые играют в компьютерные игры (рис. 6).

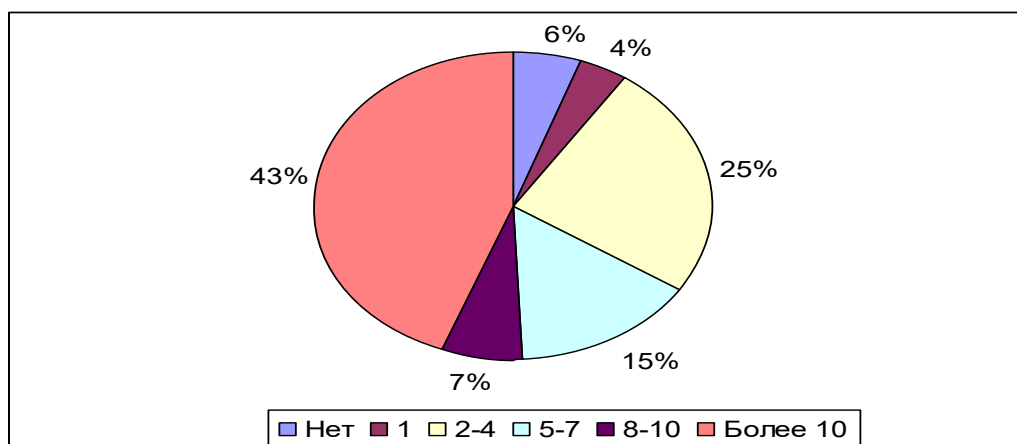


Рисунок 6 — Распределение ответов респондентов: Сколько ваших знакомых или друзей играет в компьютерные игры?, %

Отдельно необходимо отметить, что на современном этапе большую популярность набирают многопользовательские онлайн-игры. В данных играх, как правило, игровой контент покупается для совместной игры, например, доступ на новые уровни или карты. В дан-

ном случае самым популярным ответом (43 %) был ответ «более 10 человек». Данный результат позволяет также утверждать, что увлечение компьютерными играми весьма распространено. Далее была уточнена непосредственно аудитория компьютерных игр (рис. 7).

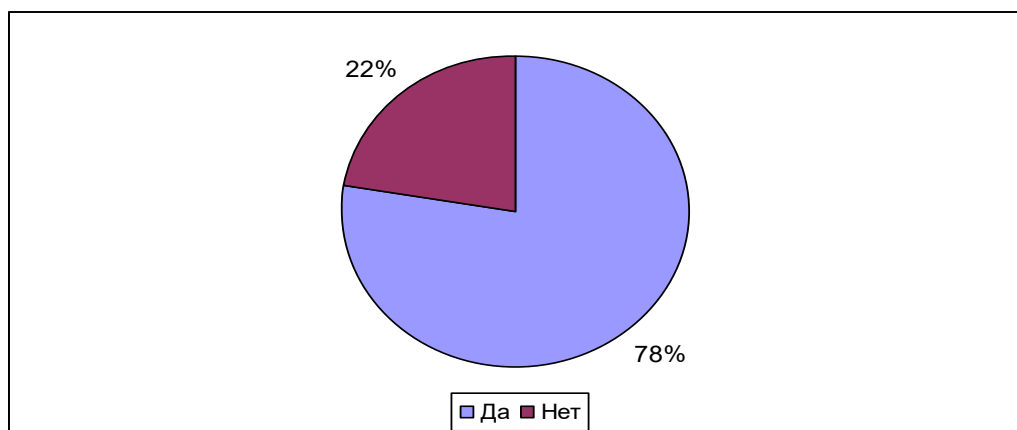


Рисунок 7 — Распределение ответов респондентов на вопрос: Играете ли вы в компьютерные игры или игры на различных электронных устройствах?, %

Согласно ответам респондентов на вопрос «Играете ли вы в компьютерные игры или игры на различных электронных устройствах?» подавляющее большинство ответило позитивно — 78 %. Учитывая результаты опроса можно

утверждать, что в будущем играющая аудитория может сформировать благоприятную среду для потребления игрового контента. Также респонденты были опрошены о временном фонде, которым они могут уделить играм (рис. 8).

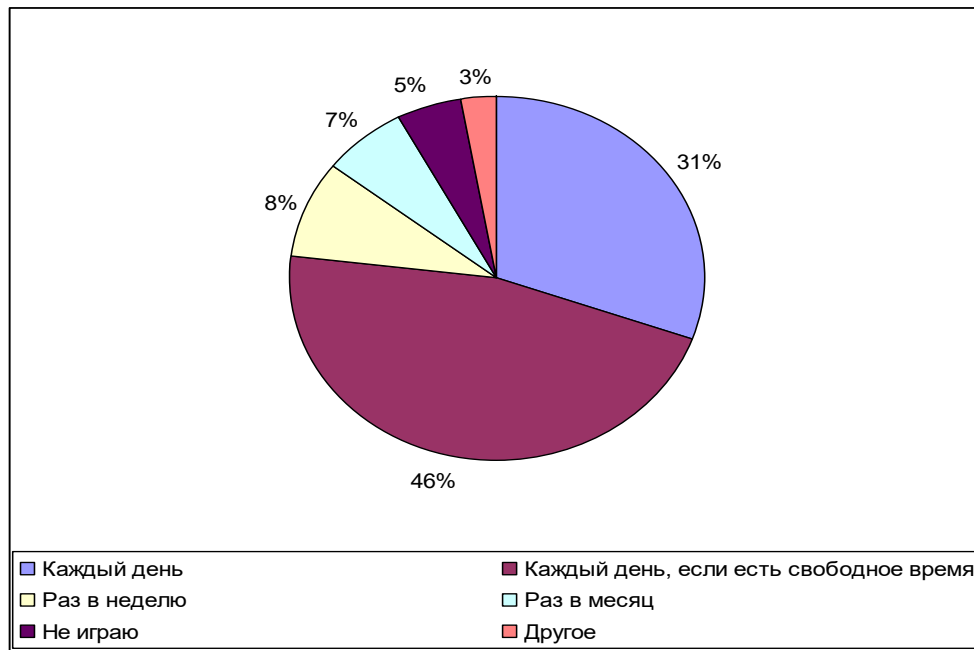


Рисунок 8 — Ответы респондентов на вопрос о частоте игры на различных устройствах, %

Порядка 46 % опрошенных отметили, что играют каждый день, если есть свободное время. В силу вышеприведенного можно утверждать об уже устойчивой и сформировавшейся потребности в компьютерных играх, что в последствии может быть одним из ос-

новных факторов спроса на игровой контент. В свою очередь современные компьютерные игры производятся для различных электронных устройств. Производители разрабатывают игры для разных устройств в целях расширения каналов сбыта (рис. 9).

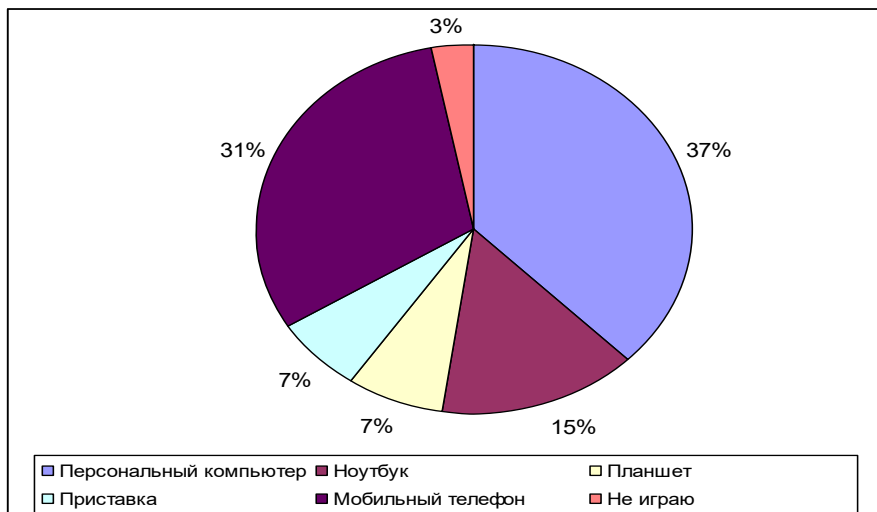


Рисунок 9 — Распределение ответов респондентов на вопрос: На каких устройствах вы играете?, %

Подобное распределение ответов респондентов помогает получить важные результаты. Во-первых, распределе-

ние ответов подтверждает общемировую тенденцию в сфере развития игровой индустрии. Данная тенденция проявляется

в том, что лидируют мобильные платформы (мобильные телефоны, карманные компьютеры, смартфоны) [1].

Во-вторых, при проведении интервью с играющими респондентами было установлено, что они играют в компьютерные игры для того, чтобы

приятно провести свободное время, отвлечься от существующих проблем, «примерить роль любимого персонажа», скоротать время ожидания [1].

Также респонденты были опрошены на предмет игры в многопользовательские игры (рис. 10).

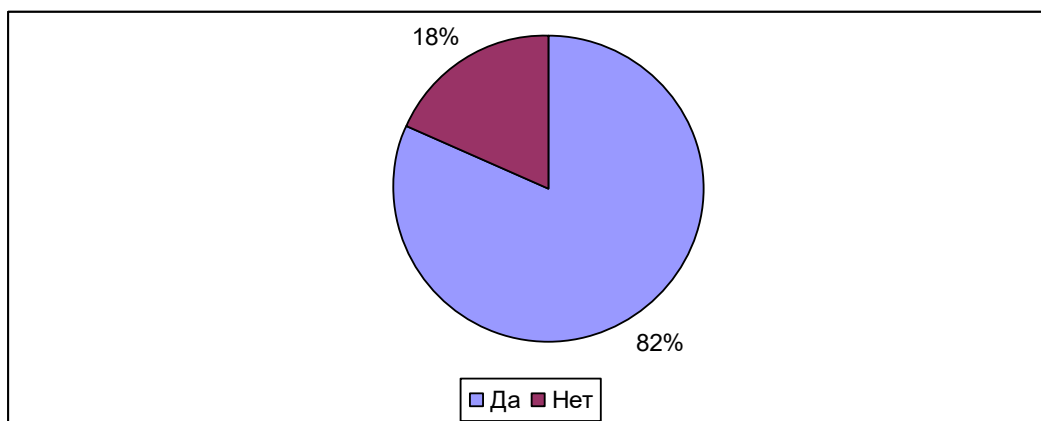


Рисунок 10 — Распределение ответов респондентов на вопрос: **Играете ли вы в многопользовательские онлайн компьютерные игры?, %**

Исследуя анализ опроса респондентов по поводу многопользовательских игр можно утверждать, что подавляющее большинство играет в многопользовательские игры, то есть большин-

ство респондентов потребляют компьютерные игры социализировано. Также респонденты были опрошены в контексте их расходов компьютерные игры (рис. 11).

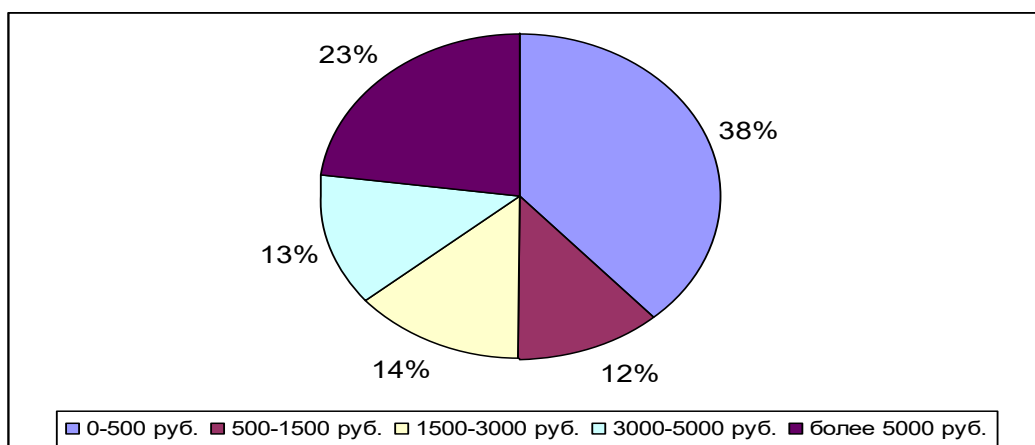


Рисунок 11 — Ответы респондентов на вопрос: **Сколько денег Вы тратите на компьютерные игры в год?, %**

Полученные результаты представляют большой интерес, так как самыми популярными ответами были полярные по соотношению варианты «0–500 руб.» (38 %) против «более 5000 руб.» (23 %).

Учитывая проблематику исследования, респондентам был задан вопрос о канале коммуникации, влияющем на выбор игры потребителем (рис. 12).



Рисунок 12 — Ответы респондентов на вопрос:
Как вы выбираете компьютерные игры?, %

Наиболее популярным был ответ рекомендации друзей, что может свидетельствовать о влиянии референтных групп на респондента. Отдельно необходимо отметить, что вторым по популярности ответом было «Реклама в интернете».

Результаты опроса подтверждают возрастающий рекламный потенциал интернета в сфере продвижения и реализации компьютерных игр. Далее респонденты были опрошены в контексте покупки игрового контента (рис. 13).

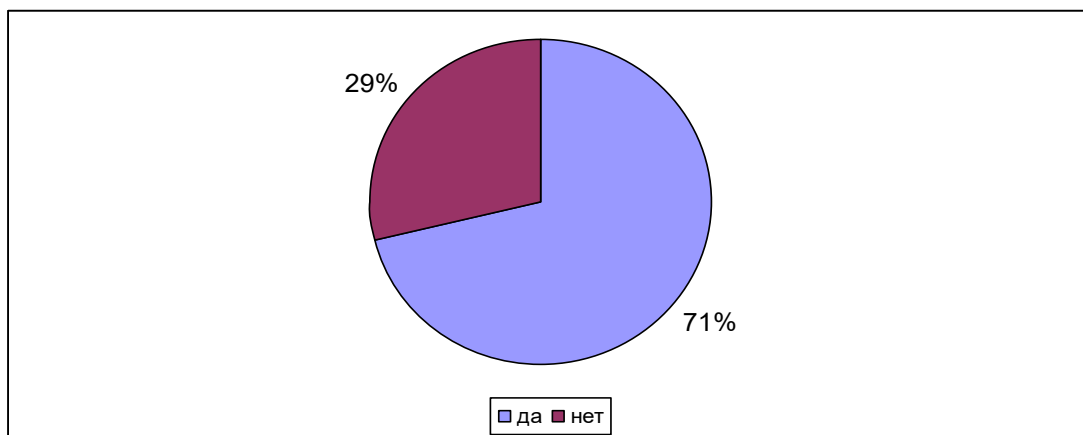


Рисунок 13 — Ответы респондентов на вопрос: Приходилось ли Вам когда-нибудь покупать различный игровой контент?, %

Также респондентов опрашивали в контексте содержательной части игрового контента. По результатам опроса первенство принадлежит категории —

«Другое», что обуславливается разнообразием игрового контента в различных игровых проектах (рис. 14).

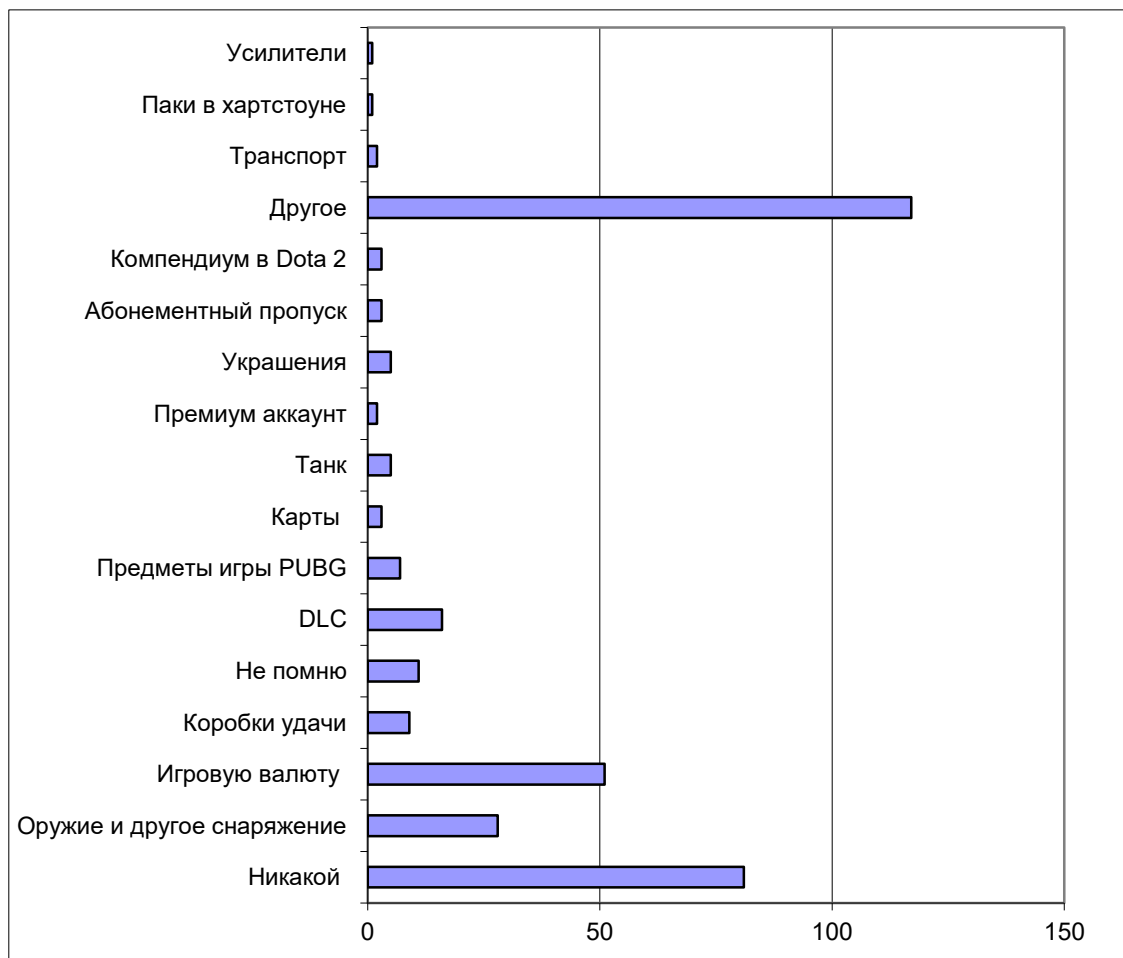


Рисунок 14 — Ответы респондентов на вопрос: Какой дополнительный игровой контент вы покупали последний раз?, %

Приведенный результат опроса иллюстрирует, примерно 1/3 игроков склонна покупать игровой контент, в свою очередь, именно эти люди могут генерировать доход компании, особенно в сервисных моделях игр.

Обсуждение

Целесообразно подчеркнуть, что при потреблении компьютерных игр ограничения претерпевает не производитель, а потребитель, так как он ограничен временем, которое он готов уделить игре. Поэтому проблема распределения для производителя является основной, так как при грамотно организо-

ванной маркетинговой политике производитель может извлекать прибыль от игры при низких переменных и предельных издержках от создания и тиражирования игрового контента, в свою очередь компьютерные игры являются основой для продвижения других цифровых товаров [4].

Выводы

Отметим, что результаты проведенного исследования позволяют заключить, что значительная часть респондентов (78 %) играет в игры на различных электронных устройствах. Кроме того, 27 % респондентов из числа

опрошенных ответили, что выбирают игры, руководствуясь рекламой в Интернете, а 54 % при выборе игр руководствуются рекомендацией друзей, что позволяет сформировать направления предложений маркетинговых мероприятий в целях воздействия на потребителя при продвижении игрового контента и строить прогнозы направленного развития данного рыночного сегмента.

Библиографический список

1. *Бондаренко, В. А., Попов, М. В.* Исследование спроса потенциальных потребителей виртуальных благ и игрового контента // Практический маркетинг. — 2017. — № 3 (21). — С. 36–44.
2. *Бондаренко, В. А.* Изменение потребностей индивидов и модели их поведения в обществе потребления // Практический маркетинг. — 2014. — № 4 (206). — С. 14–19.
3. *Бондаренко, В. А., Попов, М. В.* Исследование потребительских предпочтений пользователей многопользовательских компьютерных игр на основе применения пассионарной теории этно-

генеза Л. Н. Гумилева // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2018. — № 1 (61). — С. 87–93.

4. *Попов, М. В.* Факторы, детерминирующие поведение потребителей виртуальных благ // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2016. — № 3 (55). — С. 59–66.

Bibliographic list

1. *Bondarenko, V. A., Popov, M. V.* Research of demand of potential consumers of virtual goods and game content // Practical marketing. — 2017. — № 3 (21). — P. 36–44.

2. *Bondarenko, V. A.* Changing the needs of individuals and their behavior in consumer society // Practical marketing. — 2014. — № 4 (206). — P. 14–19.

3. *Bondarenko, V. A., Popov, M. V.* Research of consumer preferences of users of multiuser computer games on basis of application of passionary theory of ethnogenesis L. N. Gumilyov // Vestnik of RSUE (RINH). — 2018. — № 1 (61). — P. 87–93.

4. *Popov, M. V.* Factors determining the behavior of consumers of virtual goods // Bulletin of RSUE (RINH). — 2016. — № 3 (55). — P. 59–66.

О. В. Иванченко

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА МАРКЕТИНГА ОТНОШЕНИЙ В ВЫСТАВОЧНОМ БИЗНЕСЕ НА ОСНОВЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ИНСАЙТОВ

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы формирования исследовательской инфраструктуры маркетинга на основе анализа потребительских инсайтов с целью ориентации на потребителя и реализации концепции маркетинга отношений в деятельности компании. Автором анализируются результаты фокусированной групповой дискуссии целевой аудитории выставочного центра. Представлена трактовка потребительских инсайтов, полученных в ходе проведения фокус-группы, направленная на формирование долгосрочных отношений и повышение эффективности процесса коммуникации между поставщиком и потребителем выставочной услуги.

Ключевые слова

Маркетинг отношений, маркетинговое исследование, фокус-группа, потребительский инсайт, выставочный центр.

RESEARCH INFRASTRUCTURE OF RELATIONSHIP MARKETING IN EXHIBITION BUSINESS BASED ON CONSUMER INSIGHTS

Annotation

Article discusses the formation of research marketing infrastructure based on the analysis of consumer insights in order to focus on consumer and implementation of concept of relationship marketing in activities of company. Author analyzes the results of focused group discussion of target audience of exhibition center. Article presents the interpretation of consumer insights obtained during the focus group, aimed at the formation of long-term relations and improving the efficiency of communication process between supplier and consumer of exhibition service.

Keywords

Relationship marketing, marketing research, focus group, consumer insight, exhibition center.

Введение

В настоящее время в условиях глобальной рыночной нестабильности и формирования информационного общества получить достоверную коммерческую информацию можно только в результате проведения маркетинговых исследований. Существует большое количество различных методов маркетинговых исследований. Компания выбирает тип и методы исследования в зависимости от специфики маркетинговой проблемы и внутренних ресурсов предприятия. Информационное обеспечение принятия маркетинговых решений в деятельности предприятия является принципиальным в условиях кризисных явлений в экономике и необходимости повышения конкурентоспособности. Однако многие компании вынуждены сокращать бюджеты маркетинга, что в первую очередь сказывается на маркетинговых исследованиях [2]. Одним из низкокзатратных методов маркетинговых исследований является метод фокус-группы. Низкая стоимость маркетингового исследования методом фокус-группы обусловлена тем, что компания может самостоятельно организовать её проведение, а также набрать участников по своей собственной выборке [1]. Данный метод маркетингового исследования достаточно изучен в специальной

литературе по маркетингу, однако, современная рыночная практика применения требует дальнейшего научного осмысления.

Материалы и методы

Информационно-эмпирическую основу статьи составляют результаты практикоориентированного качественного исследования потребительских инсайтов методом фокус-группы, проведенного региональной компанией, оказывающей конгрессно-выставочные услуги, а также научно-практическая проработка данных аспектов современными учеными и специалистами-практиками.

Использование результатов исследования на основе фокус-группы позволило провести концептуально-теоретическое обобщение исследовательской инфраструктуры маркетинга в современном информационно-коммуникационном пространстве, дальнейшее развитие которой может стать базисом реализации концепции маркетинга отношений на основе потребительских инсайтов.

Фокус-группа (фокусированная групповая дискуссия) представляет собой способ **качественного маркетингового исследования**, при котором опрос проводит модератор в **формате диалога** между всеми участниками группы [1]. Этот метод маркетинговых

исследований чаще всего используется для **определения потребительских предпочтений и личного отношения** к выбранному бренду, группе товаров или к конкретному продукту. Он выявляет причинно-следственные связи, предоставляет информацию о механизме принятия решения потребителем, а также определяет **отношение потребителя к внешнему виду товара и к рекламным материалам** [5].

Инсайты — это идеи, которые можно сформировать на основе анализа данных, полученных в ходе проведения фокус-групп. Определение потребительских инсайтов включает в себя изучение целевой аудитории, анализ результатов и творческий подход к их трактовке [4].

Результаты

Выставка «Охота. Рыболовство. Экстрим» самая масштабная тематическая выставка Южного федерального округа по количеству представленных компаний. География участников проекта насчитывает несколько десятков регионов России. Ежегодно выставка выступает площадкой для проведения молодежных турниров, соревнований и показательных выступлений профессионалов [3].

Выставочным центром в период подготовки выставки было проведено маркетинговое исследование методом фокус-группы при тестировании нового фирменного стиля выставки по направлению «Спорт. Отдых. Экстрим». В ходе проведения группового глубинного структурированного интервью собиралась субъективная информация от его участников по фирменному стилю выставки. Участники фокус-группы были отобраны из базы данных по клиентам компании — посетителей данной выставки за предыдущий период. Соответственно максимально точно была выбрана необходимая целевая группа. Количество участников фокус-группы составило 6 человек. Группа была однородна и получилась активной. Дискуссия развивалась динамично и дала не-

обходимые идеи для формирования фирменного стиля выставки.

Для определения образа мыслей целевой аудитории выставки, участникам были заданы несколько вопросов по выявлению ассоциаций. Для этого нужно было закончить фразу. По разделу «Спорт. Отдых. Экстрим» были получены следующие ответы на вопросы [1].

1. Спорт для меня — это... Борьба за первенство, физические нагрузки, хорошая физическая форма, здоровье, риск.

2. На юге России самый распространенный вид спорта — это... Греко-римская борьба, футбол, легкая атлетика. Большая часть респондентов выделила греко-римскую борьбу как «визитную карточку» юга России.

3. Какой вид спорта ассоциируется с «экстримом»? Альпинизм, парашютный спорт, сплав по реке, горные лыжи, сноуборд.

4. Какая стихия больше всего ассоциируется у Вас со спортом? Вода (лед, снег), огонь.

5. Какая спортивная экипировка первой приходит Вам в голову? Шлем, перчатки, спортивный костюм, кроссовки.

6. Представьте себе спортсмена, каким видом спорта он занимается? Совокупный образ: боксер, троеборец.

7. Какой вид спорта объединяет «Спорт» и «Отдых»? Любой вид спорта под открытым воздухом (лыжи, скалолазание), а также дайвинг, подводная охота.

Обсуждение

Участникам фокус-группы был продемонстрирован новый фирменный стиль выставки. Он демонстрировался в следующем порядке: эмблема; логотип; изображения (ранжировались по критерию привлекательности и соответствия тематике выставки). Участники отметили, что эмблема (рис. 1) не ассоциируется со спортом и отдыхом и не отражает экстрим, не понятно, с чего и куда прыгает человек (без страховки, без лыж, без акваланга), возникает ассоциация с олимпийскими играми, не понятно, почему в эмблеме 2 кольца.



Рисунок 1 — Фирменный стиль выставки «Спорт. Отдых. Экстрим» до проведения фокус-группы [3]

По логотипу также были замечания к написанию и шрифту. Слишком бросается в глаза слово «Отдых», которое, к тому же, плохо читается. Слово «экстрим» читается как «экстриП». Респонденты предложили сделать «живее» цвета (красный — огонь, голубой — воздух, зеленый — природа).

Далее участники ознакомились с изображениями, разработанными для наружной рекламы. Участникам раздавались по четыре изображения, которые нужно было проранжировать по критерию привлекательности и соответствия тематике выставки. Ни одно изображение не нашло большого отклика у респондентов, поэтому, всем изображениям оценки расставлялись по принципу «лучшее среди худшего» (по словам респондентов).

В ходе дискуссии участниками было высказано множество инсайтов по совершенствованию нового фирменного стиля выставки по направлению «Спорт. Отдых. Экстрим». В логотип выставки

участники предложили поместить молодежные виды спорта (горнолыжник, сноубордист), добавить к существующей эмблеме лыжи, сноуборд и пр., добавить третье кольцо, как символ 3-х направлений выставки: три горизонтально расположенных кольца, в каждом изображении направления («спорт» — боксер, футболист, «отдых» — человек на шезлонге, «экстрим» — парашютист). В изображении могут быть использованы связки альпинистов, ползущих по скале или образы парашютистов.

По итогам проведенной фокус-группы был сделан вывод, что разработанный фирменный стиль выставки «Спорт. Отдых. Экстрим» необходимо доработать, учитывая потребительские инсайты. После учета пожеланий представителей целевой аудитории фирменный стиль выставки был переработан, элементы которого представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 — Фирменный стиль выставки «Спорт. Отдых. Экстрим» после проведения фокус-группы [3]

Выводы

Проведение маркетингового исследования методом фокус-группы является эффективным инструментом формирования исследовательской инфраструктуры маркетинга отношений. Фокус-группа дает возможность определить потребительские инсайты в части выявления истинной цели, мотивации потребителя, его информированности и представления о товаре или услу-

ге. Знание и учет компанией инсайтов целевой аудитории способствует лучшему узнаванию бренда в потребительской среде, формированию партнерских отношений, что особенно актуально в условиях, когда насыщенное информационное поле приводит к снижению эффективности маркетинговых активностей компаний и усложняет вовлечение покупателя в коммуникационные процессы в долгосрочном периоде.

Библиографический список

1. *Бондаренко, В. А., Иванченко, О. В.* Использование метода фокус-группы при проведении маркетинговых исследований // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. — 2016. — № 2. — С. 21–25.
2. *Бондаренко, В. А., Иванченко, О. В.* Вопросы формирования информационно-коммуникационной инфраструктуры маркетинга на основе исследования потребностей целевых сегментов (на примере локального рынка) // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. — 2017. — № 2–3 (31). — С. 22–26.
3. Выставка «Охота. Рыболовство. Активный отдых» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.donexprocentre.ru>.
4. Инсайт целевой аудитории [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.rodinalinkov.ru>.
5. Методы маркетинговых исследований [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru>.

Bibliographic list

1. *Bondarenko, V. A., Ivanchenko, O. V.* Using the method of focus-group in marketing research // Competitiveness in global world: economics, science, technology. — 2016. — № 2. — P. 21–25.
2. *Bondarenko, V. A., Ivanchenko, O. V.* Questions of information and communication infrastructure of marketing on basis of research of needs of target segments (on example of local market) // Competitiveness in global world: economy, science, technology. — 2017. — № 2–3 (31). — P. 22–26.
3. Exhibition «Hunting. Fishing. Outdoor activity» [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.donexprocentre.ru>.
4. Insight the target audience [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.rodinalinkov.ru>.
5. Methods of marketing research [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.marketing.spb.ru>.

Е. В. Кейванова

**СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ ЛОГИСТИЧЕСКАЯ
РЕКОНФИГУРАЦИЯ МОДЕЛИ РЫНКА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ
ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК**

Аннотация

В статье обобщение автором накопленных противоречий в механизме функционирования регулируемого сегмента железнодорожных пассажирских перевозок позволяет обосновать направления и условия целевой реконфигурации модели рынка, реализация которой обеспечит институционально-рыночное преобразование социально ориентированной логистической системы железнодорожных перевозок пассажиров, повышение транспортной мобильности населения с низким уровнем дохода, усиление конкуренции и формирование более эффективной структуры рынка перевозок.

Ключевые слова

Пассажирские перевозки, железнодорожный транспорт, социально ориентированная логистика, целевая модель рынка, организация перевозочного процесса.

SOCIALLY ORIENTED LOGISTIC RECONFIGURATION OF MARKET MODEL FOR PASSENGER RAILWAY TRANSPORTATION

Annotation

In article the author generalizes the accumulated contradictions in mechanism of functioning of regulated segment of rail passenger transport allows to justify the directions and conditions of target reconfiguration of market model, implementation of which will provide institutional and market transformation of socially oriented logistics system of rail passenger transport, increasing transport mobility of population with low income, increasing competition and formation of more efficient structure of transport market.

Keywords

Passenger transportation, railway transport, socially oriented logistics, target market model, organization of transportation process.

Введение

Современный период реформирования железнодорожной отрасли в России характеризуется нарастанием противоречий в системе социально ориентированного развития регулируемого сектора пассажирского комплекса, разрешение которых требует выработки новых подходов и решений, обеспечивающих устойчивое и эффективное взаимодействие всех участников перевозочного процесса [6]. Дальнейшее развитие конкуренции в регулируемом секторе пассажирских железнодорожных перевозок требует перехода к его социально ориентированной логистической организации, согласования интересов всех звеньев, совершенствования системы государственного регулирования и финансирования пассажирского сегмента [1].

Сложность решения задачи обусловлена вхождением пассажирских железнодорожных перевозок в новую фазу рыночного цикла, где конкуренция с воздушным транспортом требует расширения доли железнодорожного транспорта в приоритетных сегментах, где он имеет наибольшие конкурентные преимущества. Данный процесс должен сопровождаться развитием конкуренции в сфере региональных пассажирских железнодорожных перевозок, институциональной модернизацией пассажирского

комплекса, формированием новой системы государственного регулирования и поддержки перевозчиков, социально ориентированная трансформация которой должна корреспондировать с формированием фактически новой структуры рынка пассажирских перевозок [7].

Расширение числа независимых операторов в регулируемом сегменте, повышение экономической эффективности перевозчиков выводят конкуренцию на качественно новый уровень, где сервисно-логистические инновации и оптимизация затрат будут выступать в качестве релевантных инструментов совершенствования, повышения конкурентоспособности и социальной адаптации транспортного обслуживания.

В условиях реконфигурации целевой модели рынка перевозок оптимизация маршрутной сети пассажирских поездов, ликвидация дискриминационного доступа пригородных пассажирских компаний (ППК) к инфраструктуре и формирование механизмов реального согласования позиций регионов при выделении ниток графика обеспечат более высокий уровень социально ориентированной логистической организации социальных перевозок [4]. Все это позволяет актуализировать необходимость научно-практической разработки направлений и особенностей дальнейшей институционально-рыночной трансформации пасса-

жирского комплекса на основе социально ориентированной логистической организации и развития.

Материалы и методы

Информационно-эмпирическую базу статьи составляют официальные данные Министерства транспорта РФ, Федеральной службы государственной статистики и ее региональных органов, результаты и статистические обзоры отраслевых исследований по проблемам развития пассажирских перевозок на железнодорожном транспорте, массив информационных данных, представленных в открытой печати и Интернете.

Результаты

Накопленные противоречия в механизме функционирования регулируемого сегмента железнодорожных пассажирских перевозок, современный рыночный цикл их развития и усиление межвидовой конкуренции пассажирских перевозок требуют целевой реконфигурации модели рынка, которая обеспечит институционально-рыночное преобразование социально ориентированной логистической системы железнодорожных перевозок пассажиров, повышение транспортной мобильности населения с низким уровнем дохода, усиление конкуренции и формирование более эффективной структуры рынка перевозок. Это позволит сформировать новую регулятивную среду и экономические условия для институциональной модернизации пассажирского комплекса и дальнейшего привлечения инвестиций в его инфраструктуру, т. е. последовательно завершить реформирование отрасли. Именно эффективное институциональное преобразование рынка пассажирского железнодорожного сообщения позволит снять ряд ограничений, возникших по причине ошибок, допущенных в процессе реформирования пассажирского комплекса.

Дальнейшее развитие железнодорожных пассажирских перевозок должно быть сконцентрировано в сегментах, где железнодорожный транспорт имеет

наиболее высокое конкурентное преимущество по времени в пути, стоимости и комфорту перевозок [7]. Данный процесс будет сопровождаться корректировкой фактически базовых основ функционирования рынка пассажирских перевозок, в новой модели которого будут превалировать стабилизационные механизмы обеспечения равных экономических условий пассажирских перевозок в регулируемом сегменте, что позволит стимулировать реальную конкуренцию между перевозчиками различного типа и повышение их экономической эффективности. В перспективе это обеспечит повышение качества обслуживания пассажиров и оптимизацию затрат, что приведет к снижению тарифа и сокращению бюджетных расходов на его субсидирование в регулируемом сегменте. В отличие от существующей сегодня практики, формируется система равноправного распределения ниток графика пассажирского движения с учетом специализации линии.

В пассажирском сегменте социальным и наиболее востребованным видам перевозок должны предоставляться наиболее востребованные нитки графика, что обеспечит возможность обслуживания наибольшего числа пассажиров.

Реализация сформированной на сегодняшний день нормативной базы для заключения долгосрочных контрактов на пассажирские перевозки в дальнейшем и региональном сообщении требует повышения их доли на рынке и сопряженного с ним роста частных инвестиций, что может быть обеспечено за счет корректировки конкурентной политики.

Важной особенностью последней будет также являться трансформация принципов формирования регулируемого сегмента пассажирских перевозок, сокращение государственной поддержки данного направления и системы предоставляемых преференций, изменение налогообложения. Согласно целевой модели рынка происходит транс-

формация целевого состояния рынка в частности в направлении демонполизации межрегиональных перевозок [8].

Расширение доли независимых перевозчиков происходит за счет интенсификации конкурентного процесса в пассажирском сегменте, развития конкуренции на маршруте на наиболее пассажиронапряженных направлениях. Развитие конкуренции за маршрут будет обеспечено за счет ослабления правил доступа перевозчика к конкурсу.

Сокращение объемов железнодорожных пассажирских перевозок на расстоянии свыше 2000 км приведет к изменению географической структуры рынка при одновременном увеличении объемов перевозок на расстояние до 1000 км между крупными городами [6, 9].

На рисунке 1 представлена схема социально ориентированной логистической реконфигурации модели рынка железнодорожных пассажирских перевозок.



Рисунок 1 — Социально ориентированная логистическая реконфигурация модели рынка железнодорожных пассажирских перевозок

Представленная схема отражает основные направления корректировки механизмов государственного регулирования и государственной поддержки пассажирских железнодорожных перевозок. Такое изменение типа государственной поддержки, при котором перевозчик самостоятельно выбирает тип подвижного состава, достаточно хорошо соответствует общему реформированию (теперь уже не дифференцируемой) системы пригородного и дальнего сообщения, перспективной тенденции модернизации подвижного состава, предполагаемому повышению экономической эффективности перевозок в условиях ужесточения конкуренции и расширения числа операторов пассажирской перевозки.

Наложение всех этих условий и трендов формирует принципиально иную механику рынка пассажирских железнодорожных перевозок, в рамках которой усиление конкуренции и расширение конкурентной среды рынка региональных перевозок в результате расширения доли независимых перевозчиков на наиболее пассажиронапряженных направлениях требует трансформации механизма государственной поддержки социальных перевозок.

Обсуждение

На современном этапе реформирования пассажирского железнодорожного транспортного комплекса его институциональная трансформация должна не только обеспечивать повышение эффективности и устойчивости социально ориентированной сервисной логистической системы пассажирских перевозок, но и соответствовать специфике рыночного цикла развития конкурентной среды рынка пассажирских перевозок на железнодорожном и иных видах транспорта. Соблюдение именно этого условия формирует квинтэссенцию и магистральную линию эффективных институционально-рыночных преобразований пассажирских железно-

дорожных перевозок, является залогом повышения их экономической эффективности и повышения социальной ориентированности перевозочного процесса. Такого рода синхронизация экономических условий и институциональных инструментов развития перевозчиков, системы государственной поддержки социальных перевозок с учетом перехода пассажирского железнодорожного транспорта в новую фазу конкурентного развития и формирования новой структуры рынка перевозок обеспечивает наиболее эффективное преобразование пассажирского сегмента, формируя комплекс условий и факторов, необходимых для успешного завершения его реформирования.

Институционально-рыночная эволюция пассажирского сектора железнодорожного транспорта по мере его недостаточно эффективного реформирования в последние годы выходит на плато более радикальных преобразований, связанных с необходимостью усиления здесь не только внутренней эффективности пассажирских перевозок. Происходит фактически локализация — сужение приоритетных сегментов, в которых операторы пассажирского железнодорожного сообщения могут продемонстрировать высокие темпы конкурентного экономического роста, в условиях активного и перманентно растущего в объеме развития бюджетных дальних авиаперевозок. Именно это формирует специфику текущего институционально-рыночного реформирования пассажирского железнодорожного сообщения, новая целевая модель рынка которого должна быть лишена характерных для него ранее организационно-экономических и институциональных дефектов. В еще большей степени реализация данного условия составляет императив завершения реформирования пассажирского комплекса, монополизации межрегиональных перевозок и приватизации подвижного состава и инфраструктуры ОАО «РЖД» [8, 11, 12].

Важным фактором дальнейшего развития систем сервисного обслуживания и поддержки клиентов является развитие конкуренции в сегменте, развитие межрегиональных перевозок на расстояние до 1000 км, что приведет к усилению внутриотраслевой конкуренции.

Развитие конкуренции на маршруте позволит усилить потребность в постоянной модификации сервисов, которая должна не только нести определенный эффект в плане расширения комфорта поездки пассажира, но и быть оптимальной с точки зрения уровня затрат. В силу этого возникает необходимость реализации именно сервисно-логистических инноваций, что позволит перевозчикам наращивать одновременно ценовую и неценовую конкурентоспособность.

Современное развитие сервисов и фирменного маркетинга, разработка и реализация различных направлений повышения экономической эффективности пассажирских железнодорожных перевозок имеет значение только с учетом понимания того, какую конкурентную среду рынка и институциональный базис мы должны получить. В своем прежнем виде они вызывают торможение развития пассажирского комплекса, ограничивают возможности повышения его экономической эффективности, конкурентоспособности и ограничивают потенциал межвидовой конкуренции, ослабляя положение пассажирского сегмента железнодорожного транспорта в структуре отрасли.

В статье рассмотрена новая диспозиция, в которой ужесточение межвидовой конкуренции заставляет пассажирских перевозчиков на железнодорожном транспорте усилить свои позиции за счет углубления специализации, более активного развития в зоне конкурентного доминирования железнодорожного транспорта, более активного освоения которой требует институциональной модернизации пассажирского комплекса, изменения структуры рынка пассажирских перевозок, реконфигурации его модели.

Изменение системы распределения социальных предпочтений в государственной системе субсидирования пассажирских железнодорожных перевозок, фактически предполагаемая диффузия субсидии с привязкой к конкретным маршрутам движения пассажиров с низким уровнем платежеспособности открывает новые перспективы в конкуренции за социальные перевозки в различных категориях пассажирского железнодорожного сообщения. Снижение цен, внедрение менее затратных сервисно-логистических инноваций, избирательное развитие программ лояльности и фирменного маркетинга позволит перевозчикам стимулировать дополнительный пассажиропоток за счет повышения ценовой и сервисной привлекательности транспортного обслуживания, повышения уровня их сбалансированности. Это обеспечит получение дополнительного дохода, повышение экономической эффективности перевозчиков и усиление их конкурентоспособности в условиях интенсификации рыночной селекции межвидовой и внутриотраслевой конкуренции.

Развитие и усиление внутриотраслевой конкуренции будет происходить в условиях не только вероятного перераспределения пассажиропотока в пользу железнодорожного транспорта, распределения его между перевозчиками, но и частичного увеличения спроса со стороны льготных категорий пассажиров в условиях введения помаршрутного государственного субсидирования.

Выводы

На текущем этапе развития железнодорожных пассажирских перевозок повышение уровня сервиса должно происходить, прежде всего, в результате более радикального реформирования пассажирского комплекса, трансформации структуры рынка пассажирских перевозок, изменения системы субсидирования. Это позволит сформировать новый рыночный цикл развития перевозчиков, в котором они будут вынуждены

перейти к новым инновационным методам и способам повышения своей экономической эффективности и конкурентоспособности. Логистическая социально ориентированная организация клиентоориентированного сервиса будет основываться на реализации новых форм менее затратной адаптации перевозочного бизнеса к новым условиям конкуренции и институционального регулирования пассажирского комплекса.

Предполагаемая диффузия социальных субсидий на фоне постепенного повышения уровня реально располагаемых доходов населения, а также модернизации подвижного состава будет формировать новый виток развития конкуренции в борьбе за льготные категории пассажиров.

Оптимизация стоимости проезда, реализация менее затратных и эффективных сервисно-логистических инноваций позволит простимулировать миграцию льготных категорий пассажиров между различными категориями железнодорожной перевозки, что обеспечит возможность увеличения пассажиропотока и формирование дополнительных доходов для отдельных перевозчиков. Такого рода корректировки вкупе с изменением конкурентной среды рынка приведут к формированию новой модели и новой конкурентной среды, в которой рентабельное развитие скоростного сообщения, простимулированное через смягчение инфраструктурного тарифа, будет усиливать конкурентное давление, формируя предпосылки для очередного витка совершенствования сервиса и более специализированного позиционирования продуктового предложения в отдельных категориях перевозки.

Ужесточение межотраслевой конкуренции железнодорожных пассажирских перевозок с автомобильным и авиационным видами транспорта будут стимулировать организацию мультимодальных перевозок, синхронно удлиняя цепочку транспортного обслуживания населения.

Библиографический список

1. Выступление Президента России В. В. Путина на Съезде транспортников 5 марта 2018 г. // Бюллетень транспортной информации. — 2018. — № 4 (274). — С. 33–34.

2. *Бондаренко, В. А., Гузенко, Н. В.* Логистический сервис: теоретические аспекты ориентации на потребителя // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2015. — № 1 (49). — С. 19–24.

3. *Бондаренко, В. А., Гузенко, Н. В.* Апология рыночно ориентированной инфраструктуры // Концепт. — 2015. — № Т30. — С. 21–25.

4. *Бондаренко, В. А., Гузенко, Н. В.* Аутсорсинг логистических услуг: реалии и тенденции // Финансовые исследования. — 2015. — № 3 (48). — С. 176–181.

5. *Гузенко, А. В., Гузенко, Н. В.* Развитие логистики в операторской деятельности на железнодорожном транспорте // Логистика в портфеле ресурсов импортозамещающей индустриализации: антикризисные стратегии роста и развития в условиях санкционных ограничений. XI Южно-Российский логистический форум. — Ростов н/Д, 2015. — С. 44–48.

6. *Джавриян, А.* Анализ результатов структурной реформы ОАО «РЖД» в части пассажирских перевозок // Финансовые аспекты структурных преобразований экономики. — 2017. — № 3 (3). — С. 63–71.

7. *Кейванова, Е.* Особенности развития социально ориентированной логистической системы пригородных пассажирских перевозок // Новая парадигма социально-гуманитарного знания : материалы междунар. науч.-практ. конф. — Белгород, 2018. — Ч. V. — С. 49–53.

8. *Кейванова, Е.* Институционально-рыночное преобразование социально ориентированной логистической системы пригородных железнодорожных пассажирских перевозок // Modern Economy Success. — 2017. — № 6. — С. 180–184.

9. *Кибалов, Е., Пятаев, М.* Реформа железнодорожного транспорта в России:

теория и практика // Вестник СибГУПС. — 2015. — № 3 (34). — С. 53–61.

10. *Летюхин, И.* Реформирование железнодорожного транспорта в России: реалии и перспективы развития // Известия СПбГЭУ. — 2014. — № 4 (88). — С. 38–44.

11. *Хусаинов, Ф.* К вопросу о возможности функционирования частных железнодорожных перевозчиков // Бюллетень транспортной информации. — 2017. — № 11 (269). — С. 9–17.

12. *Эскин, В.* Повышение эффективности функционирования железнодорожной отрасли в РФ // Логистика. — 2016. — № 4 (113). — С. 46–50.

Bibliographic list

1. Speech by President of Russia V.V. Putin at Congress of transport workers on 05.03.2018 // Bulletin of transport information. — 2018. — № 4 (274). — P. 33–34.

2. *Bondarenko, V. A., Guzenko, N. V.* Logistics service: theoretical aspects of consumer orientation // Vestnik of RSUE (RINH). — 2015. — № 1 (49). — P. 19–24.

3. *Bondarenko, V. A., Guzenko, N. V.* Apologia of market-oriented infrastructure // Concept. — 2015. — № T30. — P. 21–25.

4. *Bondarenko, V. A., Guzenko, N. V.* Outsourcing of logistics services: realities and trends // Financial research. — 2015. — № 3 (48). — P. 176–181.

5. *Guzenko, A. V., Guzenko, N. V.* Development of logistics in operator's activity in

railway transport // Logistics in portfolio of resources of import-substituting industrialization: anticrisis strategies of growth and development in conditions of sanctions restrictions. XI South-Russian logistics forum. — Rostov-on-Don, 2015. — P. 44–48.

6. *Dzhavrshyan, A.* Analysis of results of structural reform of Russian Railways in terms of passenger transportation // Financial Aspects of Economic Structural Transformations. — 2017. — № 3 (3). — P. 63–71.

7. *Keivanova, E.* Features of development of socially-oriented logistic system of suburban passenger transportation // New paradigm of social and humanitarian knowledge : materials of Int. scient.-pract. conf. — Belgorod, 2018. — Vol. V. — P. 49–53.

8. *Keivanova, E.* Institutional-market transformation of socially oriented logistic system of suburban railway passenger transportation // Modern Economy Success. — 2017. — № 6. — P. 180–184.

9. *Kibalov, E., Pyataev, M.* Reform of railway transport in Russia: theory and practice // Bulletin of SibSUC. — 2015. — № 3 (34). — P. 53–61.

10. *Letyukhin, I.* Reforming railway transport in Russia: realities and development prospects // News of SPbSUE. — 2014. — № 4 (88). — P. 38–44.

11. *Khusainov, Ph.* On question of possibility of functioning of private railway carriers // Bulletin of transport information. — 2017. — № 11 (269). — P. 9–17.

12. *Eskin, V.* Improving performance of railroad industry in RF // Logistics. — 2016. — № 4 (113). — P. 46–50.

Д. Д. Костоглодов, И. С. Емельяненко

ДЕТЕРМИНИРОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

Аннотация

В статье исследуются вопросы анализа проявившихся в современной розничной торговле России тенденций, их влияния на дальнейшее развитие рынка. Обоснована востребованность такого формата розничной торговли, как жесткие дискаунтеры, что связано с рефлексией кризисных появлений и стремлением потребителей к экономии.

Ключевые слова

Розничная торговля, тенденции, конкуренция, консолидация, дискаунтеры.

D. D. Kostoglodov, I. S. Yemelyanenko

DETERMINING THE MAIN TRENDS OF MODERN RETAIL TRADE IN RUSSIA

Annotation

Article deals with the analysis of tendencies manifested in modern retail trade of Russia, their influence on further development of market. Demand for such a format of retail trade as hard discounters is justified, which is associated with reflection of crisis occurrences and desire of consumers to save.

Keywords

Retail trade, trends, competition, consolidation, discounters.

Введение

Конкуренция в сфере розничной торговли в немалой степени определяется состоянием отрасли, общей динамикой в краткосрочной и среднесрочной перспективе в Российской Федерации в контексте сложившихся и проявляющихся общемировых тенденций в стране и на региональном уровне. Отметим, что в таком аспекте исследовательской задачей статьи является рассмотрение основных проявившихся и прогнозируемых векторов и тенденций развития розничной торговли на федеральном уровне и региональном уровне, что представляется актуальным ввиду большой динамичности данного сектора и его влияния на экономику.

Материалы и методы

В качестве методов исследования в данной статье использованы подходы, позволяющие анализировать статистические данные, характеризующие основные макроэкономические показатели розничной торговли. Проанализированы также данные рейтинговых агентств, позволяющие делать выводы о состоянии исследуемой отрасли. Так, в России можно отметить, что товароборот в постоянных ценах показал снижение в 2015 и 2016 гг. Например, согласно данным Национального рейтингового агентства совокупный оборот розничной торговли составил 28,3 трлн руб., демонстрируя формальный прирост на

2,9 % в сравнении с 2015 г., но в постоянных ценах это, напротив, свидетельствовало о снижении товарооборота на 4,9 % [9]. Отметим также, что на текущий период 2017 г. специалисты отмечают, что за 2015–2016 гг. розничный товароборот снизился почти на 20 % [11]. Ряд других аналитических источников свидетельствует о сокращении объемов розницы в 2015 и 2016 гг. в сопоставимых ценах на 10,0 и 4,6 %, а в 2017 г. произошел рост на 1,2 % [1].

Результаты

Ситуацию в розничной торговле необходимо рассматривать в рамках общеэкономических показателей, таких как реальные доходы населения и реальная заработная плата (рис. 1). Как видим, реальные доходы населения демонстрировали тенденцию к снижению, что отражалось на структуре и объемах потребления. Реальная заработная плата показала относительный рост, что привело, в итоге, к выравниванию ситуации в продажах.

Не менее значимым представляется проиллюстрировать динамику индекса потребительских цен и ВВП, включая расходы домохозяйств и оказанные населению платные услуги в процентном выражении данных показателей. В 2017 г. реальный ВВП в России вырос на 1,5 %, что произошло благодаря оживлению потребления россиян. Так, в 2017 г. выросли реальные расходы до-

мохозяйств. Доля расходов домохозяйств в ВВП превышает 50%, соответственно, рост расходов домохозяйств на

личные нужды позволил осуществить небольшой, но уверенный прирост розничной торговли в 2017 г.

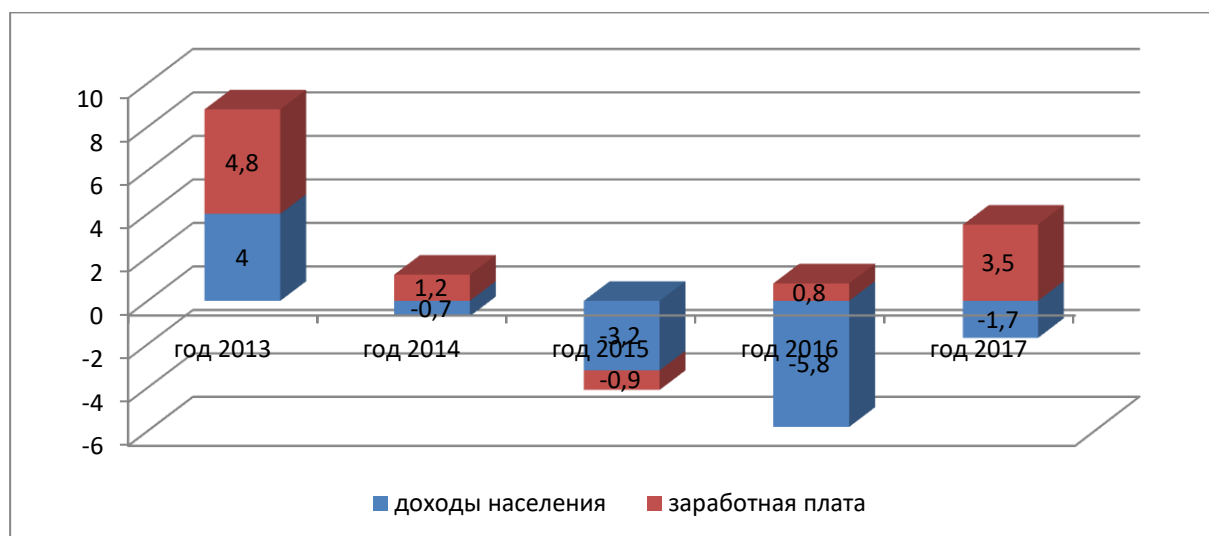


Рисунок 1 — Динамика реальных доходов и реальной заработной платы населения в России в 2013–2017 гг., в % [1]

Товарооборот на рынке продаж легковых автомобилей вырос почти на 12 % (возможно, потому что часть населения рассматривает приобретение авто, как вложение средств и/или возможность развивать свой собственный небольшой бизнес), выросли продажи лекарственных средств и препаратов почти на 9 %. Продажи одежды и топлива показали, напротив, отрицательную ди-

намику, снизившись на 2 % [1]. В отмеченном аспекте целесообразным представляется продемонстрировать существующую динамику розничных продаж товаров в России в % по всем розничным продажам, а также по группе продовольственных и непродовольственных товаров во временном интервале с 2013 по 2017 гг.

Отмеченная динамика проиллюстрирована на рисунке 2.

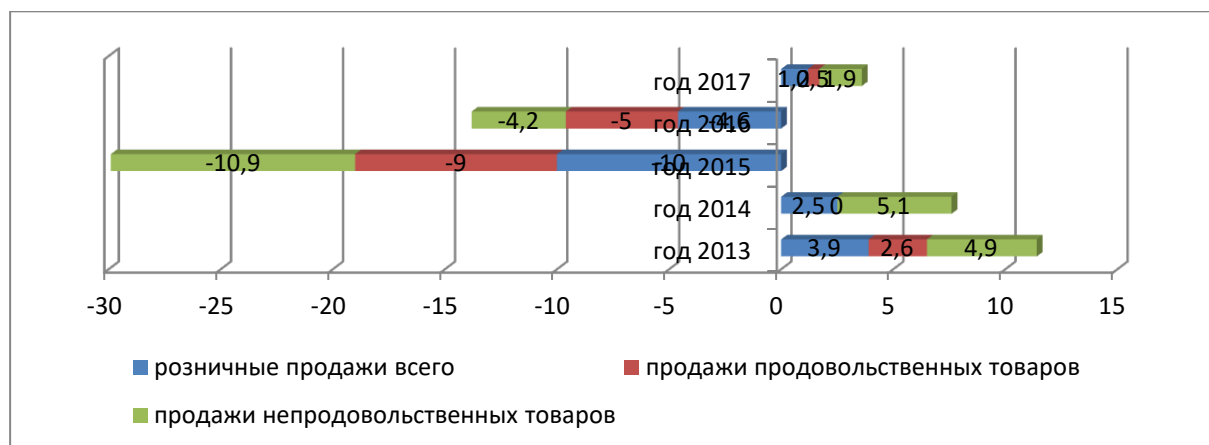


Рисунок 2 — Динамика розничных продаж товаров в России в 2013–2017 гг., в % [1]

Если характеризовать ситуацию в секторе торговли продовольствием, то можно отметить, что в 2017 г. был отмечен прирост физического объема продаж на такие продукты, как: мясо, яйца, сахар, мука, крупа. Однако их доля снизилась в структуре розничного товарооборота при сопоставлении с показателями сравнения с 2015–2016 гг.

Доля продаж свежих овощей, например, выросла в структуре личного потребления поскольку физический объем прирост существенно больше, чем темпы снижения цен на эту продукцию [1].

Динамика структуры розничных продаж в России (в текущих ценах, в процентах) в 2010–2017 гг. приведена на рисунке 3.

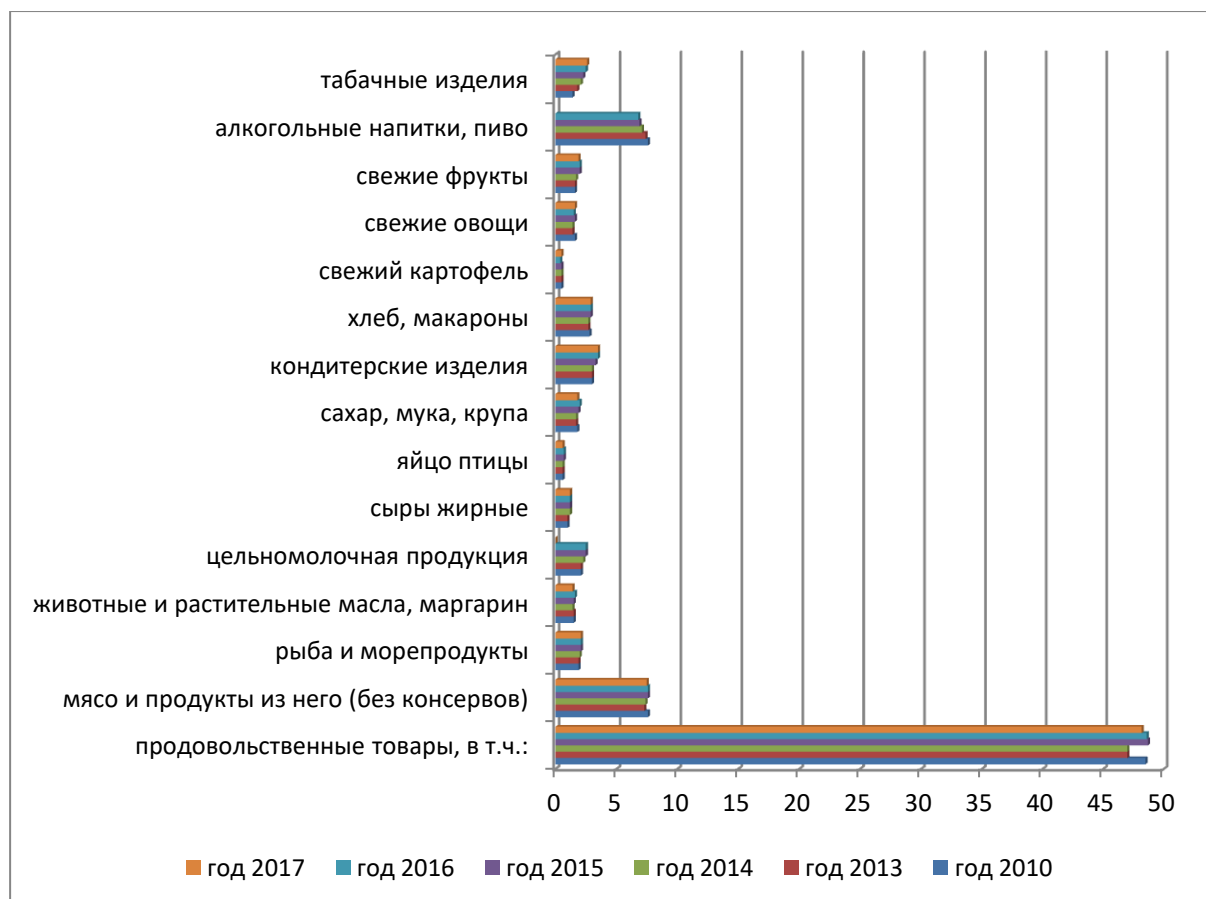


Рисунок 3 — Динамика структуры розничных продаж продовольственных товаров в России (в текущих ценах) в 2010–2017 гг., % [1]

По сектору непродовольственных товаров отмечается стремление снижать расходы на приобретение одежды, мебели; по ряду других товарных категорий отмечается выравнивание показателей или даже небольшой прирост в процентном отношении. Так, наблюдается прирост в продажах автомобилей и, соответственно, автомобильных бензинов [1].

В аспекте приведенной динамики розничных продаж товаров и услуг в

России представляется интересным продемонстрировать специфику структуры личного потребления в России и ряде других государств (табл. 1).

Согласно приведенным данным видно, что для России характерна достаточно высокая доля расходов на товары длительного пользования, что объясняется желанием населения вложить средства во избежание их утраты из-за роста инфляции.

Таблица 1 — Размер ВВП на душу населения и структура личного потребления в России и ряде других государств в 2017 г. [1]

Страна / группа стран	ВВП по ППС на душу, тыс. долл. (2016)	Доля личного потребления в ВВП, %	Доля категорий личного потребления, %			
			Товары длительного пользования	Товары среднего срока использования	Товары краткосрочного использования	Услуги
Россия	24,4	52,2	12,0	7,0	49,2	31,7
Бразилия	14,0	63,8	10,1	7,6	39,3	43,0
Индия	6,1	57,7	3,3	8,3	41,2	47,3
Китай	14,4	38,6	7,3	9,5	34,5	48,7
ЮАР	12,2	59,4	8,1	8,5	39,9	43,5
Беларусь	16,8	55,6	12,0	8,9	52,8	26,3
Казахстан	23,4	54,1	5,9	12,1	54,2	27,9
Турция	23,8	59,1	18,9	8,8	34,3	38,0
ЕС	36,3	56,0	9,9	8,2	29,9	52,0
США	53,4	69,1	8,8	6,7	17,5	66,9
Япония	38,3	55,9	8,2	5,7	27,2	58,8
Мир, усредненно	15,1	57,4	9,1	7,4	29,1	54,5

Интересной доминантой, характеризующей рынок розничной торговли можно считать общее снижение продаж на рынках и ярмарках и, соответственно, прирост продаж торговых организаций. Поясним, что в 2000-х на выставки и ярмарки приходилось почти 26 % оборота розничных продаж, в 2015 г. этот показатель остановился на отметке в 7,9 %, а в

2016 составлял уже 7,1 % [9]. В 2017 г. данный тренд продемонстрировал устойчивость: продажи товаров на выставках и ярмарках сократились почти на 10 % по сравнению со значением 2016 г.

Динамика распределения оборота между розничными рынками, ярмарками и торговыми организациями приведена на рисунке 4.

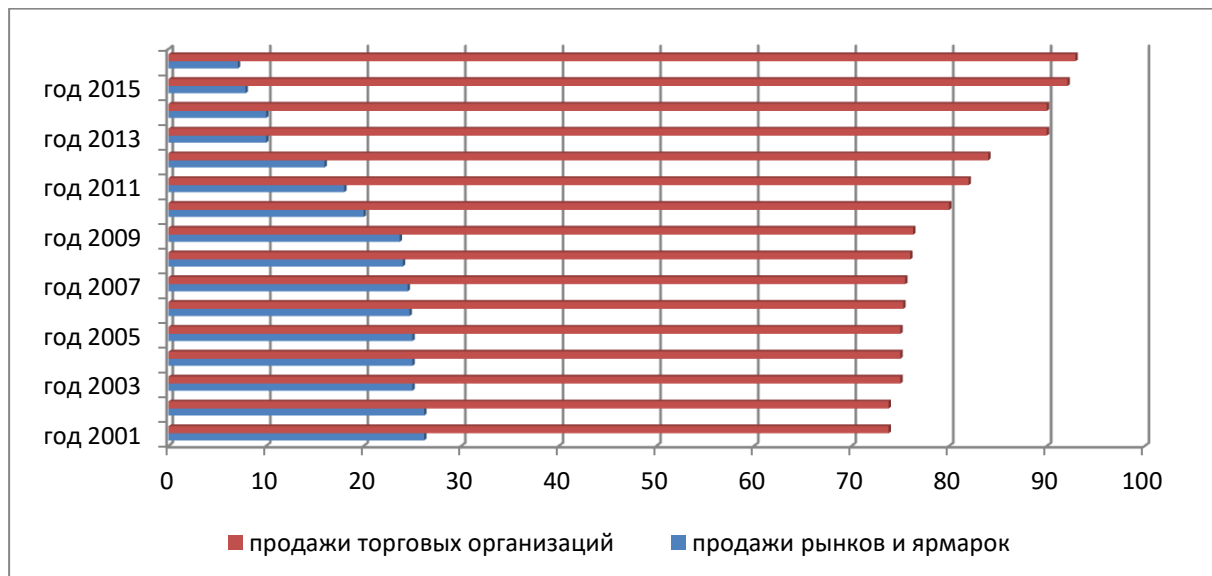


Рисунок 4 — Динамика распределения оборота между розничными рынками, ярмарками и торговыми организациями в 2001–2016 гг., % [9]

Кроме того, чертой характеризующей современный рынок розничной торговли в России является его консолидация, а именно — рост присутствия крупных игроков. Большие сетевые структуры конкурируют в регионах с региональными сетями. Региональные торговые сети пытаются конкурировать за счет своих знаний о специфике местного рынка и потребительских предпочтениях, но крупные федеральные сети имеют больший «запас прочности». Они стремятся реализовывать отдельные (привлекательные) товарные позиции со скидками до 40 %, что привлекает потребителей на местах [11].

Обсуждение

Крупные игроки продолжают консолидироваться и расти. Так, по данным ежегодного рейтинга торговых сетей компании «INFOLine»: «в 2016 г. на топ-100 российского ритейла уже приходилась треть всего розничного товарооборота» [11]. Если в 2015 г. на 10 ведущих игроков данного рынка приходилось порядка 3,3 трлн. руб. или порядка 24 % рынка, то в 2016 г. данный показатель составлял более 3,8 трлн руб. или порядка 27 %. Федеральные сети продолжают активное «выдавливание» региональных игроков, продолжается активное проникновение крупных сетевых ретейлеров в регионы [6].

Лидерами по представительству розничных сетей, по мнению экспертов РИА «Рейтинг», являются следующие регионы: Ленинградская область — 38,8 %, Псковская область — 31,8 %, Новгородская область — 30,8 %, Мурманская область — 30,4 %, Ненецкий автономный округ — 29,8 % [12].

Согласно существующей статистике [14], аутсайдерами по представительству розничных сетей являются такие регионы, как Дагестан, Ингушетия, Якутия, Тыва, Чечня, Сахалинская область и Чукотский автономный округ, в которых розничные торговые сети осуществляли менее 2 % объема розничной

торговли. Такие реалии объясняются трудностями логистики в этих регионах и более низким платежеспособным спросом по сравнению с другими регионами, а также более низкой концентрацией спроса.

В целом регионы РФ имеют большую дифференциацию по развитию розничной торговли сетевого и несетевого формата. В одних сети занимают порядка 50 % рынка, в других — не более 2 %. Помимо объективных причин в ряде регионов наличествуют субъективные причины, которыми являются обобщенно положительное или отрицательное отношение административных органов к сетевой торговле как таковой, либо таковой, представленной отечественными и зарубежными сетями, а также наполнением сетевых форматов продукцией регионального и локального производителя или агрохолдингов федерального масштаба. Так, примером влияния администрации в плане скорейшего развития сетевой торговли является Санкт-Петербург. Причем сетевая торговля в этом городе в немалой степени ориентируется на товары из Европейских стран, что объясняется удобством подвоза и развитой инфраструктурой. Следует отметить, что в развитии институционального обеспечения торговой деятельности принята «Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011–2015 гг. и период до 2020 г.» (утверждена приказом Минпромторга России № 422 от 31.03.2011). Основным содержанием документа является ряд положений, которые при реализации позволят ускорить развитие торговли [13]. В рамках данной стратегии предусматриваются следующие факторы роста: увеличение консолидации в отрасли, расширение количества торговых площадей новых форматов и увеличение их доли в общем обороте [2], развитие интернет-торговли [3, 4, 5], поддержание конкурентной среды и вовлечения малого бизнеса в торговую деятельность на ос-

нове аутсорсинга с одновременным патронажем развития сетевого торгового формата. Одним из результатов реализации данного документа должны стать следующие рубежи: современные форматы в торговле должны составить к 2020 г. 50–55 %, а обеспеченность торговыми площадями должна составить не менее 109 кв. м на 1000 человек.

Следует также отметить, что среди наиболее успешных розничных сетей в России по показателю темпа прироста чистой прибыли в лидерах оказались также специализированные магазины. В таблице 2 представлены показатели наиболее крупных розничных торговых сетей в России по итогу 2016 г. (согласно данным «INFOLine-аналитика») [9, 11].

Таблица 2 — Показатели крупнейших розничных сетей в России по итогу 2016 г. [9]

Название	Рыночный сегмент	Чистая выручка, млрд руб. (без НДС)	Темп роста выручки 2016 к 2015 г., %
«Магнит» (вместе с «Магнит косметик»)	FMCG и дрогери	1069,2	12,8
X5 Retail Group («Карусель», «Пятерочка», «Перекресток», «Перекресток-экспресс», «Перекресток Гипер»)	FMCG	1025,6	27,5
Ашан	FMCG	360	4,1
ГК «Дикси» («Мегамарт», «Минимарт», «Дикси», «Виктория», «Квартал», «Дешево», «Кэш»)	FMCG	309,1	14,3
Лента	FMCG	306,4	21,2
Метро Cash&Carry	FMCG	233	3,6
Леруа Мерлен	DIY&household и мебель	186	24,0
«М.Видео»	Бытовая и компьютерная техника	183,2	13,3
«Окей»	FMCG	172,5	7,6
DNS	Бытовая и компьютерная техника	151,9	11,9
«Красное и белое»	FMCG	145	75,8
«Эльдорадо»	Бытовая и компьютерная техника	110,6	11,1
ИКЕА	DIY&household и мебель	100,1	1,1
«Связной»	Мобильные устройства	92	14,9
«Спортмастер»	Fashion	88	6,0
«Globus»	FMCG	83,3	21,2
«Детский мир»	Детские товары	79,5	31,4
«Атак»	FMCG	78,5	12,4
«Монетка»	FMCG	77,4	10,5
«Летуаль»	Косметика и дрогери	76,3	9,0

В настоящее время в России актуальным направлением стало развитие направления такого формата, как дискаунтер. Так, в 2016 г. продажи россий-

ских дискаунтеров выросли почти на 15 % [16]. Одним из наиболее востребованных форматов представляется такой, именуемый «жестким» дискаунтером, в

нем минимизировано число сотрудников, которые являются универсалами, используются «короткие» кассы, нет кафе и склада, не предоставляются дополнительные услуги и товар располагается в транспортной упаковке. Акцент

сделан на высококачественных товарах ограниченного ассортимента. Можно представить место «жесткого» и «мягкого» дискаунтеров в рамках структуры существующих форматов розничной торговли следующим образом (табл. 3).

Таблица 3 — Сравнение торговых форматов дискаунтеров в рамках маркетинг-микса [8, 15]

Составляющие маркетинг-микса	«Мягкий» дискаунтер	«Жесткий» дискаунтер
Продукт	Узкий ассортимент, но шире состава потребительской корзины. Известные бренды, 30 % ассортимента — товары под СТМ. Наличие молочной и иной скоропортящейся продукции	Узкий ассортимент в пределах потребительской корзины (до 600–1000 позиций). До 80–90 % продукции под собственной торговой маркой. Отсутствие скоропортящихся продуктов, в том числе молочной продукции. Одна торговая марка в одной категории
Цена	Низкие цены (наценка торговой сети не более 30–40 %)	Супернизкие цены (наценка торговой сети до 12 %)
Место	Площадь помещения — до 1500 кв. м. Формат размещения — «магазин у дома» (стремление к стратегии универсала, поскольку здесь реализуется принцип «больше, но не самое хорошее»)	Площадь помещения — от 150 до 600 кв. м, максимум — 1000 кв. м. Увеличение аудитории путем территориального захвата. Удобное расположение в жилых массивах, на пересечениях потоков движения, в шаговой доступности или напротив супермаркета с более высоким уровнем цен. Интернет-торговля
Продвижение	Реклама. Промоакции (в том числе купоны и бонусы на будущую покупку)	Отсутствие рекламы, популяризация благодаря низкой цене. Предоставление покупателю скидки в момент покупки («здесь и сейчас»). Каталог товаров. Интернет-сайт. Яркое оформление, простой понятный логотип
Среда и сервис	Упрощенная выкладка товара (витрины и полки присутствуют). Продажа крупными партиями (мелкооптовая торговля). Минималистское исполнение торгового зала (при этом хорошее освещение и торговое оборудование (холодильники)). Разная навигация в разных магазинах. Бесплатные тележки и пакеты. Кафе или мини-цеха с готовой едой	Палетная выкладка товара. Ангар с минимальным (тусклым) освещением. Одна товарная позиция на кв. м. Отсутствие специального торгового оборудования. Стандартная навигация во всех магазинах. Платные дополнительные услуги, в том числе тележки и пакеты, отсутствие корзин. Чистота и простота навигации. «Короткая» касса, которая своей конфигурацией «подсказывает» покупателю, что нужно оперативно оплатить товар и покинуть кассу для упаковки продуктов в другом месте (например, на специальном столе у выхода). В этом помогают специальные модификации кассовых боксов — для выкладки товара отведено небольшое место. Пекарня или пекарня-автомат

Составляющие маркетинг-микса	«Мягкий» дискаунтер	«Жесткий» дискаунтер
Персонал	Минимальный набор услуг для покупателя, частичное самообслуживание. Количество персонала — до 15 человек. Персонал, как правило, недоволен своей позицией (низкая оплата труда), что сказывается на настроении и мотивации	Самообслуживание. Количество персонала — три-четыре человека. Персонал оперативен и приветлив. Персонал совмещает несколько видов обязанностей (раскладывает товар и обслуживает кассу или принимает товар, грузит и оформляет его, выставляет на полки)
Бизнес-процессы	Наличие склада, иногда перемещение партий товара из одного магазина в другой, где есть больший спрос. Поставки еженедельные или два-три раза в неделю. Сотрудничество с поставщиками известных торговых марок	Торговый зал и есть склад. Постоянное перемещение партий товара из одного магазина в другой, где есть больший спрос. Ежедневные поставки из собственных распределительных центров. Четкая регламентация работ в магазине (выкладка одного товара за 2,83 сек.). Сотрудничество с местными производителями (неизвестными компаниями, в том числе фермерами)
Драйвер выбора покупателя	Расположение и сервис	Цена

Отметим, что современный ритейл делает ставку на онлайн продажи в целях диверсификации взаимоотношений с клиентами и роста собственной конкурентоспособности. На сегодняшний день «поданным исследовательской компании Data Insight, на сегодняшний день электронная торговля составляет приблизительно 1,2 % от общего размера торгового оборота России, в то время как в США данный показатель достигает 4,6 %» [10]. Согласно исследовательским данным порядка 37 % потребителей в России, осуществляющих приобретение продуктов в торговых точках, выражают желание приобретать такие товары онлайн; сейчас приобретающих продукты онлайн порядка 4 % [7].

Выводы

Отмеченные выше явления проявляются по всей стране и актуальны, в первую очередь, для мегаполисов, крупных, больших, а также средних и малых городов. Следует также упомянуть, что в средних и малых городах магазинная торговля и сетевой бизнес представлены более скромно, нежели в региональных центрах по сравнению с федеральными. Конкуренция приводит

также к развитию формата дискаунтеров и появлению несетевых магазинов у дома с адаптированным под запросы жителей микрорайона ассортиментом.

Конкуренция усиливается, доходы населения практически не растут и розничным торговым предприятиям, как сетевым, так и несетевым необходимо развивать СТМ, выстраивать продуктивную работу с местными производителями, снижая свои издержки и повышая ценность товара (за счет его свежести) в глазах потребителей, выстраивать свою позицию в развиваемой рыночной нише, продвигать решения по продаже продуктов посредством интернет.

Библиографический список

1. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. — 2018. — № 35. — С. 4.

2. Васильев, И. А., Куликова, О. М., Суворова С. Д. Оценка лояльности покупателей к торговым предприятиям современного формата // Журнал правовых и экономических исследований. — 2012. — № 1. — С. 172–176.

3. *Зыбин, О. С., Цупсман, В. С.* Особенности организации торгового бизнеса в сети Интернет // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Экономика и право. — 2012. — № 7. — С. 47–50.

4. *Котляров, И. Д.* Тенденции эволюции электронной коммерции // Интернет-маркетинг. — 2012. — № 4. — С. 252–258.

5. *Крутякова, А. С.* Проблемы и тенденции развития удаленной розничной торговли // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. — 2011. — № 2. — С. 182–186.

6. *Мамонтов, С.* Торговые сети в розничной торговле регионов РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://riarating.ru>.

7. Онлайн и офлайн: где российские потребители покупают чаще? [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://rusability.ru>.

8. *Попова, И. Н.* Развитие сетевого продовольственного ритейла России : моногр. — М. : Дашков и Ко, 2013.

9. Российский ритейл: итоги 2016 – 1 полугодия 2017 г. Национальное рейтинговое агентство [Электронный ресурс]. — Режим доступа : ra-national.ru.

10. Российский ритейл: онлайн на фоне офлайна [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.slideshare.net>.

11. Тенденции развития розницы в 2017 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.retail.ru>.

12. Торговые сети в розничной торговле регионов РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ria.ru>.

13. *Шкляровская, О. В.* Модернизация региональной розничной торговли России // Экономика и право. — 2013. — № 12.

14. Экономика: обзор [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ria.ru>.

15. *Юртаева, В. К.* Развитие современного формата розничной торговли «жесткий» дискаунтер как инструмент эффективного позиционирования // Мар-

кетинг и маркетинговые исследования. — 2017. — № 3 (129). — С. 193–194.

16. Nielsen, дискаунтеры побеждают по-крупному [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.nielsen.com>.

Bibliographic list

1. Bulletin on current trends in Russian economy. — 2018. — № 35. — P. 4.

2. *Vasiliev, I. A., Kulikova, O. M., Suvorova, S. D.* Evaluation of customer loyalty to commercial enterprises of modern format // Journal of legal and economic research. — 2012. — № 1. — P. 172–176.

3. *Zybin, O. S., Capsman, V. S.* Features of organization of trading business in Internet // Modern science: actual problems of theory and practice. Economics and law. — 2012. — № 7. — P. 47–50.

4. *Kotlyarov, I. D.* Trends in evolution of e-Commerce // Internet-marketing. — 2012. — № 4. — P. 252–258.

5. *Krutyakova, A. S.* Problems and tendencies of development of remote retail trade // Scientific and technical prospects of SPbSPU. Economics. — 2011. — № 2. — P. 182–186.

6. *Mamontov, S.* Retail chains in retail trade of regions of Russian Federation [Electronic resource]. — Mode of access : <http://riarating.ru>.

7. Online and offline: where do Russian consumers buy more often? [Electronic resource]. — Mode of access : <https://rusability.ru>.

8. *Popova, I. N.* Development of network food retail in Russia : monogr. — М. : Dashkov and Co, 2013.

9. Russian retail: results of 2016 – 1st half of 2017 National rating Agency [Electronic resource]. — Mode of access : ra-national.ru.

10. Russian retail: online against offline background [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.slideshare.net>.

11. Development trends of retail in 2017 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.retail.ru>.

12. Retail chains in retail regions of Russian Federation [Electronic resource]. — Mode of access : <http://ria.ru>.

13. *Sklyarevskaya, O. V.* Modernization of regional retail trade in Russia // *Economy and law*. — 2013. — № 12.

14. *Economy: review* [Electronic resource]. — Mode of access : <http://ria.ru>.

15. *Yurtaeva, V. K.* Development of modern format of retail trade hard discounter as a tool for effective positioning // *Marketing and marketing research*. — 2017. — № 3 (129). — P. 193–194.

16. *Nielsen, discounters are winning big* [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.nielsen.com>.

В. А. Ларионов

МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНО-ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы значимости применения в современных условиях маркетинговых решений в работе предприятий гостинично-туристского комплекса в рамках возрастающей активности в сфере туристской деятельности в России и роста конкуренции между средствами коллективного размещения. Обоснована целесообразность применения гостиницами определенных маркетинговых стратегий, продиктованная спецификой ориентации на целевые аудитории.

Ключевые слова

Предприятия гостинично-туристского комплекса, туризм, национальный туристический рейтинг, маркетинговые стратегии.

V. A. Larionov

MARKETING ACTIONS IN FUNCTIONING OF ENTERPRISES OF HOTEL AND TOURIST COMPLEX

Annotation

Article deals with importance of application in modern conditions of marketing solutions in work of enterprises of hotel and tourist complex in framework of increasing activity in the field of tourism in Russia, and growth of competition between the means of collective accommodation. Expediency of application of certain marketing strategies by hotels, dictated by the specifics of targeting the target audience.

Keywords

Enterprises of hotel and tourist complex, tourism, national tourist rating, marketing strategies.

Введение

Интерес к маркетинговым мероприятиям в сфере управления предприятиями гостинично-туристического комплекса в России актуализирован конкуренцией в данной сфере между участниками данного рынка, предоставляющими услуги от-

дыхающим. Не менее значимым в данном аспекте представляется влияние государства, иницирующего развитие туризма, как внутреннего, так и въездного, что естественным образом сопряжено с совершенствованием всей инфраструктуры (в особенности инфраструктуры разме-

щения) и повышением качества предоставляемых туристских услуг.

В национальном масштабе ставятся амбициозные цели по формированию «туристской инфраструктуры в увязке со Стратегией пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 г. и комплексным планом модернизации и расширения магистральной инфраструктуры, в том числе через: использование механизмов государственно-частного партнерства, а также через создание условий для реализации частных инфраструктурных проектов; новое качество управления отраслью путем расширения форм взаимодействия с участниками туристского рынка через поддержку создания и развития отраслевых объединений, совершенствование системы мониторинга и статистического учета, усиление мер общественного контроля в отрасли; развитие в партнерстве с участниками рынка отраслевой системы подготовки и повышения квалификации специалистов туристской отрасли; обеспечение прироста количества посетивших Российскую Федерацию иностранных туристов, в т. ч. для увеличения объема экспорта услуг категории «поездки» до 15,5 млрд долл. (в 1,73 раза относительно 2017 г.)» [10]. Оказание качественных туристических услуг и туристического продукта предполагает активное использование предприятиями гостинично-туристического комплекса маркетинговых инструментов и разработку маркетинговой стратегии для работы с выбранными сегментами потребителей в текущий момент и исследование возможных перспектив в пролонгированном временном интервале. В отмеченной связи особый интерес представляет исследование и выявление основных направлений применения маркетинговых стратегий в гостинично-туристическом комплексе и мероприятий в рамках управления маркетинговой деятельностью с учетом основных данных туристической отрасли по России, отражающихся в соответствующем рейтинге.

Материалы и методы

В рамках научных и практикоориентированных работ активно исследуются такие направления, как: привлечение клиентов и формирование их лояльности в гостиничной индустрии [2–4], маркетинг и его инструменты в сфере туризма и гостиничном бизнесе, управление маркетингом и маркетинговые исследования, построение прогнозов развития данного сектора на основе профильных маркетинговых исследований [1, 5, 11].

Вопросы применения маркетинговых технологий, в том числе в рамках инновационного маркетинга, а также использования маркетинговых стратегий в выстраивании взаимоотношений с целевыми аудиториями в гостинично-туристской сфере достаточно широко изучены; вместе с тем, ввиду большой динамичности данного рынка и изменчивости потребительских предпочтений, они требуют постоянного обновления и аналитического изучения. С отмеченной целью в статье применены методы системного анализа, логического анализа, индукции, дедукции, синтеза полученной информации.

Результаты

Маркетинг в сфере деятельности гостинично-туристских предприятий нацелен в итоге на исследование внешней среды, оценку собственных возможностей и ведение целевой для предприятий данного сектора активности на уровне, обеспечивающем надлежащую конкурентоспособность. Это предполагает проведение специализированных маркетинговых исследований и формирование стратегии дальнейших действий, позволяющей сконцентрировать усилия на определенной целевой аудитории, что позволяет повысить удовлетворенность потребителей [6].

Об активном развитии туристско-рекреационной сферы в России свидетельствует рост доходности гостиниц, которые в 2016 г. заработали 418 млрд руб., а в 2017 г. их заработок составил 485 млрд. За 9 месяцев 2018 г. прибыль

составила 406 млрд руб., тогда как за 9 месяцев 2017 г. заработок составлял 324 млрд руб. [8]. Можно отметить также факт увеличения числа туристов, проживающих в коллективных средствах размещения. Так, в 2016 г. в коллективных средствах размещения были поселены 48,4 млн российских граждан, а в 2017 г. уже 53,6 млн. За январь-сентябрь 2018 г. в гостиницах было размещено 41,6 млн, в то время как за аналогичный период 2017 г. — 36,8 чел. Увеличилось также количество ночующих в российских отелях иностранцев: в 2017 г. на 2 млн чел.

по сравнению с предыдущим 2016 г. За январь-сентябрь 2018 г. это были 7,3 млн, тогда как за 9 месяцев 2017 г. данный показатель составлял 6 млн чел. [8].

Количество коллективных средств размещения также выросло в 2017 г. на 4757 по сравнению с 2016 г., и составило 25 291 ед. Заполняемость определенных средств размещения во многом зависит от популярности регионов, в которых они располагаются. Согласно национальному туристическому рейтингу, лидирующие позиции занимают следующие 20 субъектов (табл. 1).

Таблица 1 — Первые двадцать регионов – лидеров национального туристического рейтинга 2018 [8, 9]

№	Наименование субъекта РФ	Общее количество баллов
1	Город федерального значения Москва	105
2	Краснодарский край	104,4
3	Московская область	104
4	Город федерального значения Санкт-Петербург	103,7
5	Республика Крым	97,4
6	Алтайский край	92,5
7	Свердловская область	92,2
8	Приморский край	92,1
9	Нижегородская область	92
10	Республика Башкортостан	88,2
11	Ставропольский край	88
12	Республика Татарстан	85,4
13	Иркутская область	83,8
14	Пермский край	82,2
15	Челябинская область	81,8
16	Ростовская область	81,2
17	Новосибирская область	81,1
18	Тверская область	81
19	Тюменская область	80,3
20	Самарская область	79,6

В основу оценки указанного национального рейтинга были положены следующие значимые критерии [8]:

- уровень развития гостиничного бизнеса и инфраструктуры;
- значимость туристической отрасли в экономике региона;
- доходность отрасли туризма и гостеприимства региона;
- развитие санаторно-курортной отрасли региона: объем платных услуг санаторно-курортных организаций;

- популярность региона у туристов, приезжающих на несколько дней;
- популярность региона у иностранцев;
- туристская уникальность;
- криминогенная обстановка;
- интерес к региону в интернете как к месту отдыха;
- продвижение туристического потенциала региона в информационном пространстве.

Подчеркнем, что критерий развития гостиничной индустрии стоит на первом месте при расчете позиции регионов в отмеченном рейтинге. В свою очередь, эффективное развитие гостиничного сектора может осуществляться на базе разрабатываемых и внедряемых в практику маркетинговых стратегий.

К основным стратегиям, согласно теории маркетинга, применимым для гостиниц, целесообразно отнести: стратегию недифференцированного маркетинга; стратегию дифференцированного маркетинга и концентрированную стратегию маркетинга.

При принятии решения о практическом использовании стратегии недифференцированного маркетинга создается гостиничный продукт, который изначально рассчитан на широкую потребительскую аудиторию. В случае осуществления такого стратегического подхода гостиница нацелена на привлечение всех возможных аудиторий, которые не предъявляют особых запросов к условиям своего размещения и набору дополнительных услуг. Это позволяет снижать расходы на исследовательскую функцию, подготовку персонала, функционал которого в этом случае типизирован.

Расходы на коммуникации также предполагаются на среднем уровне, поскольку ориентированы на всех и не предполагают эксклюзивности [6]. Однако следование подобной стратегии усложняет эффективное ведение конкурентной борьбы в современных условиях, поскольку без достаточной дифференциации сложно позиционировать свой бизнес и полноценно удовлетворять потребительские запросы. Подобная стратегия может применяться на этапе создания предприятия и поиске его рыночной ниши, если этот вопрос не был должным образом проработан на проектом этапе.

При осуществлении стратегического направления развития бизнеса в рамках дифференцированного маркетинга предприятие ориентировано на опреде-

ленных рыночных сегментах. Например, это могут быть молодые пары и семьи с детьми или студенческие и спортивные группы и т. д. В этом случае предлагается определенный гостиничный продукт, нацеленный на каждый выбранный сегмент. Следование данному направлению предполагает конкуренцию с другими средствами размещения, которые ориентированы на эти же целевые сегменты. Кроме того, сложной представляется разработка подстратегии для каждого целевого сегмента. Тем не менее такой подход оправдывает себя, например, с учетом межсезонья, когда можно менять приоритеты и развивать сотрудничество с аудиториями, которые не вызывают большого интереса в пик сезона.

При выборе концентрированной маркетинговой стратегии менеджмент коллективного средства размещения выбирает целевой сегмент, который в текущей или прогнозируемой ближайшей перспективе является наиболее перспективным. Коммуникации и специфика обучения персонала ориентированы на данную целевую аудиторию. Представленную стратегию можно применять в случае ограниченности бюджета, когда нет возможности охватить различные сегменты рынка. В этом случае все усилия концентрируются на определенной потребительской группе [7]. Подобный практический подход оправдан в работе небольших и средних по размеру гостиниц, которые обладают ограниченными ресурсами, но в случае концентрации на определенном целевом сегменте могут составить серьезную конкуренцию более крупным учреждениям, привлекающим разнонаправленные аудитории.

Применение концентрированной стратегии маркетинга в развитии гостинично-туристического предприятия предполагает постоянные исследования предпочтений целевого сегмента и предложение определенных организационных и маркетинговых инноваций, значимых для целевой аудитории.

Обсуждение

В условиях быстрого развития рынков и искушенности современных потребителей вопрос предложения клиентских инноваций является актуальным для коллективных средств размещения, ориентированных практически на любой вариант стратегического развития своего бизнеса. Крупные отели, в особенности сетевые, могут первыми внедрять различные новинки, выступая новаторами или пионерами в отрасли; другие средства коллективного размещения могут следовать за лидером и быстро адаптировать новшество под свои условия функционирования.

Не все инновации представляют собой высокзатратное мероприятие. Например, заказ услуг прачечной, вызова такси или заказа блюд в номер могут осуществляться с помощью специального типизированного приложения на смартфоне и реализовываться в небольшом отеле. Часть организационных инноваций может предполагать дополнительное обучение персонала и приобретение им определенных компетенций, значимых для работы с целевой аудиторией.

Выводы

Исследовательская маркетинговая функция и выбор определенного, обоснованного для гостинично-туристического предприятия направления стратегического развития деятельности являются ключевыми в обеспечении конкурентоспособности. Значимой выступает также нацеленность на внедрение инноваций в процесс привлечения потребителей и их непосредственного обслуживания. При выборе организационных, процессных или маркетинговых инноваций необходимо ориентироваться на получение прибыли от их внедрения, определять их значимость для представителей целевой аудитории и оценивать временной лаг, в течение которого их могут внедрить конкурирующие организации. К этому периоду необходимо будет на соответствующей исследовательской базе продюцировать новые решения во взаимодействии с потребителями.

Библиографический список

1. *Бондаренко, В. А., Козлов, А. В.* Вопросы изменения туристических потоков и приоритетов развития туризма в РФ // Концепт. — 2017. — Т. 31. — С. 216–220.
2. *Васин, Ю. В., Лаврентьев, Л. Г., Самсонов, А. В.* Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удерживать клиентов. — М., 2007.
3. *Величко, Н. Ю.* Необходимость управления маркетингом на предприятиях гостинично-туристического комплекса // Управление и экономика в 21 веке. — 2015. — № 2. — С. 49–62.
4. *Величко, Н. Ю., Лукоянова, Ю. Н.* Маркетинг в туризме // Проблемы устойчивого развития регионов рекреационной специализации: материалы науч.-практ. конф. — Сочи, 2007.
5. *Величко, Н. Ю., Миносян, С. Д.* Маркетинговые мероприятия по повышению лояльности потребителя к гостинично-туристическому продукту // Управление и экономика в 21 веке. — 2013. — № 6. — С. 47–52.
6. *Джашеев, И. К.* Маркетинговые стратегии и инновации гостиничного предприятия // Молодой ученый. — 2016. — № 11. — С. 708–710.
7. *Елканова, Д.* Основы индустрии гостеприимства. — М., 2015.
8. Национальный туристический рейтинг – 2018 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://russia-rating.ru>.
9. Опубликован национальный туристический рейтинг [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.tourismsafety.ru>.
10. Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2024 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://static.government.ru>.
11. *Яковлева-Чернышева, А. Ю.* Маркетинг в предпринимательской деятельности как объект управления // Гуманизация образования. — 2014. — № 2. — С. 62–88.

Bibliographic list

1. *Bondarenko, V. A., Kozlov, A. V.* Questions of change of tourist flows and priorities of development of tourism in Russian Federation // *Concept*. — 2017. — Vol. 31. — P. 216–220.
2. *Vasin, Yu. V., Lavrentiev, L. G., Samsonov, A. V.* Effective loyalty programmes. How to attract and retain customers. — M., 2007.
3. *Velichko, N. Yu.* Need for marketing management at enterprises of hotel and tourist complex // *Management and Economics in 21st century*. — 2015. — № 2. — P. 49–62.
4. *Velichko, N. Yu., Lukoyanova, Yu. N.* Marketing in tourism // *Problems of sustainable development of regions of recreational specialization: materials of scient.-pract. conf.* — Sochi, 2007.
5. *Velichko, N. Yu., Minosyan, S. D.* Marketing activities to increase the custo-

mer's loyalty to hotel and tourism product // *Management and economy in 21st century*. — 2013. — № 6. — P. 47–52.

6. *Galeev, I. K.* Marketing strategy and innovation of hotel enterprise // *Young scientist*. — 2016. — № 11. — P. 708–710.

7. *Elkanova, D.* Fundamentals of hospitality industry. — M., 2015.

8. National tourist rating – 2018 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://russia-rating.ru>.

9. National tourist rating has been published [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.tourismsafety.ru>.

10. Main activities of Government of Russian Federation for period until 2024 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://static.government.ru>.

11. *Yakovleva-Chernysheva, A. Yu.* Marketing in entrepreneurial activity as object of management // *Humanization of education*. — 2014. — № 2. — P. 62–88.

Г. О. Перов

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ «УМНЫХ ГОРОДОВ»

Аннотация

Развитие «умных городов» будет играть в обозримой перспективе жизненно важную роль в устойчивом развитии территорий. Для этого потребуются углубиться в экономику проектов «умного города». В статье рассмотрены некоторые особенности формирования экономической системы в «умных городах».

Ключевые слова

Цифровая экономика, бизнес, риски, инфраструктура, цифровые инвестиционные детерминанты.

G. O. Perov

FEATURES OF FORMATION OF ECONOMIC SYSTEM «SMART CITIES»

Annotation

Development of «smart cities» will play the vital role in sustainable development of territories. For this purpose it will be required to go deep into economy of projects of «smart city». In article some features of formation of economic system in «smart cities» are considered.

Keywords

Digital economy, business, risks, infrastructure, digital investment determinants.

Актуальность проблемы формирования моделей предпринимательской деятельности в «цифровой экономике»

В России началось формирование «умных (интеллектуальных) городов». Несмотря на накопленный в мире за десятилетия опыт, продвижение этой системного уровня новации осуществляется в технократической парадигме, что не способствует практической реализации идей «цифровой экономики». В соответствии с положениями теории систем, «умный город» — это система взаимосвязанных систем, таких как вода, энергия, материалы, мобильность, информация. Соответствующие процессы могут происходить не изолированно, а на уровне района, города, региона, способствуя решению накопившихся проблем.

Концепция интеллектуального города объединяет все современные технологические тенденции в высокоэффективный, единый городской организм. Несмотря на наличие общих черт, каждый город в конкретной стране может сталкиваться с различными проблемами в вопросах экономического развития.

Развитые рыночные города должны гарантировать, что они остаются привлекательными местами для жизни. Стратегическая цель создания «умного города», по определению, не является технократической. Целеполагание должно быть ориентировано на улучшение жизни людей, обеспечение экономического роста и устойчивости территорий.

Муниципальной власти требуется осмыслить, как города могут минимизировать издержки и максимизировать выгоды от внедрения современных технологий, тем самым способствуя развитию локальных экономических систем. Копенгаген, Сингапур и Стокгольм являются первопроходцами применения технологий «умного города», подтверждая вышеприведенные тезисы. Речь идет о проектах с синергетическим эффектом.

Состояние исследований изучения экономических аспектов функционирования «умных городов»

Научные фундаментальные и прикладные исследования являются важной частью инновационной экономики развития «умных городов». Как свидетельствуют результаты проведенного автором настоящей статьи контент-анализа, теория экономического развития феномена «умных городов» еще не в полной мере разработана. И это несмотря на фундаментальное значение теоретических концептов для развития инновационной, устойчивой экономической системы «умного города».

Интеллектуальная городская экономика в значительной степени является результатом влияния приложений ИКТ на все аспекты городской жизнедеятельности. Необходимо учитывать, что динамика создания экономических систем в «умных городах» идет разными путями, что требует дальнейшего эмпирического изучения, проверки гипотез и математического моделирования [1], а также учета мнений жителей.

В экономической науке на настоящий момент крайне мало исследований, в которых изучено как городские пространственные системы адаптируются к специфическим потребностям умной городской экономики. В частности, существует дефицит эмпирических данных о концептуализации устойчивости интеллектуальных городов в контексте инноваций.

На практике достаточно сложно измерить общее воздействие физических инвестиций, оказывающих непосредственное влияние на мобильность и экономическую деятельность, поскольку долгосрочное воздействие, включая измерения отдачи от инвестиций в проекты «умного города», требует новых аналитических инструментов.

В России необходимо еще до начала внедрения проектов «умных городов» разработать цифровые модели

осуществления бизнеса [2, 3]. Оцифровывание заставляет бизнесы пересматривать существующие бизнес-модели, чтобы сохранить и привлечь клиентов, на которых оказывают все большее влияние цифровые технологии.

Создавая бизнес-модели, обеспечивающие эффективность экономических отношений, требуется принимать во внимание существование разных методологических подходов, позволяющих измерять эффективность управленческих воздействий на инновационную сферу. Создание рассматриваемых моделей достаточно сложный процесс, требующий понимания специфики формируемой цифровой экономической системы.

Как известно, в основе устойчивых инноваций лежит способность справляться с рисками и неопределенностями, чтобы предотвратить последствия сбоев сложных информационных систем, к числу которых относятся и инфраструктура телекоммуникаций «умных городов». Общемировой опыт свидетельствует, что три четверти проектов «умных городов» проваливаются полностью или частично.

Чтобы собирать и анализировать данные в режиме реального времени потребуется создать новые коммерческие или муниципальные структуры, для функционирования которых потребуются финансовые и иные ресурсы. Этот факт и ему подобные должны быть учтены в экономической модели города.

При разработке экономической системы интеллектуальные города требуют сочетания различных инструментов и моделей финансирования. В процессе изучения таких моделей необходимо рассматривать как положительные, так и отрицательные стороны «умных городов». Поэтому перед началом разработки экономической модели потребуется осуществить анализ профильных тематических исследований.

Сегодня практически отсутствуют специалисты по прогнозированию и

оценке развития муниципальных технологий, не говоря уже о комплексной оценке сложных систем [4]. На упомянутое накладывается дефицит долгосрочных идей развития городов.

Оценка технологий подразумевает непростой выбор, а связанные с ним вопросы крайне важны для выбора технологических решений, поскольку моральное устаревание компьютерных технологий происходит за несколько лет и неизвестно выдержит ли экономика города перманентные процессы обновления инфраструктуры. По этой причине необходима эффективно функционирующая система показателей формирования цифровой экономики.

Ключевые показатели эффективности

Города сталкиваются с большими проблемами, когда пытаются оценить стоимость и выгоды инноваций системного уровня. Сложность и взаимозависимость городских систем, в сочетании с отсутствием доказательств воздействия, означают, что города не всегда могут оправдать крупные инвестиции в рассматриваемый феномен. В таких условиях к внедрению будут приняты только проекты с устойчивой деловой и экономической эффективностью. Это означает повышение значимости ключевых показателей эффективности (KPI) для проектов «умного города». В частности, такие показатели необходимы для управления непрерывным инновационным процессом, а также в связи с ростом требований к качеству программных продуктов.

В значительной степени нежелание со стороны лиц, принимающих решения разрабатывать связанные с инновационной деятельностью индикаторы [5] и критерии, проистекает из неопределенности относительно того, могут ли эти аналитические инструменты применяться в различных контекстах деятельности. Немаловажным являются и новые требования к муниципальным специалистам. Поэтому представляется важным объек-

тивно проверить, что предлагаемые к внедрению технологии «умного города» оказывают аналогичное воздействие в различных экономических условиях. Для этого необходима упомянутая система общепринятых ключевых показателей эффективности, позволяющая осуществлять всесторонний сбор данных и их оценку, а также мониторинг воздействия. Сошлемся на зарубежный опыт. Так, Европейская комиссия активно стремится к разработке набора КРІ для уточнения концепции «умного города», что сформулировано в Стратегическом плане реализации Европейского инновационного партнерства по умным городам и сообществам (2013, с. 16): «Хотя существует много хороших систем показателей для городов, не существует общепринятой системы показателей, отражающей подход «умного города». Развитие позволило бы городам самостоятельно оценить и сравнить свой прогресс. Это потребует однозначного оперативного определения термина «умный город», из которого могут быть получены показатели города, а также улучшения согласованности и сопоставимости городских данных между европейскими городами» [6]. Многие из инновационных решений будут основаны на сложных, социальных и экономических последствиях предлагаемых действий. Соответственно, необходимо владеть современными инструментами методологии сценарного стратегического управления, что в современной России крайне редко встречается.

В стратегическом отношении преимущества интеллектуального управления городами намного перевешивают связанные с рассматриваемыми новациями проблемы. Города могут использовать интеллектуальные технологии и услуги в качестве катализатора для интеграции своих разрозненных сетей и сокращения расходов. Это открывает широкие возможности для инвесторов, которые осведомлены о тенденциях, опре-

деляющих инвестиционную активность и существующих рисках инвестирования.

Цифровое преобразование в рассматриваемом масштабе не проблема технологии — но культуры, в т. ч. и культуры ведения бизнеса. Потребуется преодолеть внутреннее и внешнее сопротивление, переформатировать операционные традиции и пересмотреть восприятие экономических и организационных рисков.

Стратегические риски проектов «умного города»

Стратегическая задача управления рисками в «умном городе» — предвосхищать кризисные ситуации, работать на опережение. На практике за рубежом большинство так называемых «умных городов» — это просто населенные пункты с несколькими реализованными ИТ-проектами и не более того. Это сложная задача: участники опросов в Янгоне (58 %), Токио (38 %), Сиенрапе (38 %) и Сеуле (34 %) с наибольшей вероятностью заявили, что их понимание умные города не улучшились за последние три года, что еще больше подчеркивает отсутствие прогресса, достигнутого правительствами на сегодняшний день [7]. Поэтому опасно бездумно копировать зарубежный опыт

Экономическая политика в отношении участия частного сектора в формировании и развитии «умных городов» должна быть последовательна. В ином случае рассматриваемый феномен станет проявлением технократического увлечения местной власти и прикрытием для неэффективных реформ. Политики, у которых нет стимулов для проведения значимых изменений, часто используют технические «решения», которые не дают результатов.

Концептуального уровня контрольные вопросы, значимые для формирования экономической системы в «умных городах»

Проблематика формирования экономической системы «умных городов» достаточно сложна и малоизучена.

Представляется целесообразным сформулировать контрольные вопросы концептуального уровня, значимые для формирования повестки дня научных исследований. В числе таких вопросов:

В качестве иллюстрирующих приведенный тезис концептуального уровня контрольных вопросов упомянем:

Является ли теория и практика существующей городской экономики действительной в экономике «умного города» или необходимо разработать новую теорию, на основе изучения практики экономического развития в других странах уже реализовавших соответствующие проекты?

Какие структурные элементы должна включать экономическая система «умного города»?

Что представляют собой умные городские коммерческие услуги и как они способны влиять на экономику «умного города»?

Как «умные города» могут быть интегрированы в существующие в городах экономические отношения?

Могут ли «умные города» и «цифровая экономика» стимулировать перманентные процессы инновационного развития территорий? При каких условиях это возможно?

Как выработать стратегию интеграции малого и среднего бизнеса в процессы развития «умного города»?

Каким образом будут выявляться тенденции, влияющие на экономическую систему «умного города»?

Какого рода экспертная и институциональная поддержка потребуются «умным городам» для выполнения их роли в контексте «цифровой экономики»?

Что может составить устойчивую модель экономического развития «умных городов», и что может быть стандартами для рассматриваемых системных новаций?

Каким образом будет осуществляться прогноз развития применяемых в «умном городе» технологий?

Представленный список контрольных вопросов приведен в качестве иллюстрации и в рамках проведения экономических исследований он может быть расширен. Потребуется и инновационные финансовые схемы, позволяющие продемонстрировать социальные и экономические выгоды внедрения новаций [8].

В силу высокой сложности и неопределенности расчет затрат и выгод от инноваций при отсутствии релевантной методологии является сизифовой и глубоко идеологической задачей. Соответственно, принципиально важными являются релевантные проверяемые экспертным сообществом теоретические концепты, а также алгоритмы проверки заявлений компаний и чиновников, что «прогнозируемый экономический эффект будет существенным», сделанные без приведения доказательств.

Выводы

Сегодня в России у инициаторов создания «умных городов» отсутствует понимание масштаба существующих в рассматриваемой сфере проблем. Необходимо сформировать базовую экосистему поддержки «умных городов», особенно поддержки инициатив местного бизнеса, научных кругов и новаторов. Инвесторы могут извлечь пользу, помогая формировать «умные города». Экономическая система интеллектуального города не должна формироваться на базе крупных телекоммуникационных компаний. Хотя такая ориентация на первых порах позволит ускорить создание инфраструктуры, в будущем неизбежны экономические конфликты системного уровня.

В неопределенной и сложной среде запуска проекта «умный город» отсутствие метаметодологии будет иметь целый ряд негативных последствий. Необходима принципиально новая методология, которую еще только предстоит разработать. Такое понимание с одновременным осуществлением необходимых действий позволит избежать множества дорогостоящих ошибок.

Будущее рассматриваемой системной новации во многом определяется с предоставлением правильных технологий во всех муниципальных структурах, а также в соединении их с реальным опытом граждан и оперативными потребностями города. Для этого необходимо создание системы мотивации участия граждан и коммерческих структур в проектах «умных городов». Чтобы достичь упомянутого желаемого будущего, местной власти и бизнесу, придется маневрировать между задачами по развитию и текущими операционными проблемами.

Библиографический список

1. Smart Economy in Smart Cities. International Collaborative Research: Ottawa, St. Louis, Stuttgart, Bologna, Cape Town, Nairobi, Dakar, Lagos, New Delhi, Varanasi, Vijayawada, Kozhikode, Hong Kong. — Singapore : Springer, 2017.
2. *Перов, Г. О.* Роль моделей предпринимательской деятельности в формировании «цифровой экономики» региона // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2018. — № 3 (63). — С. 21–29.
3. *Перов, Г. О.* Факторы формирования моделей предпринимательской деятельности в «цифровой экономике» региона // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2018. — № 4 (64).
4. *Бондаренко, С. В.* Создание системы технологического прогнозирования в медицине и здравоохранении в Союзном государстве // Материалы 48-го заседания постоянно действующего семинара при Парламентском собрании Союза Белоруссии и России по вопросам строительства Союзного государства. — М., 2017. — С. 166–171.
5. *Pires, M., Fidelis, T., Ramos, T.* Measuring and comparing local sustainable development through common indicators: Constraints and achievements in practice // Cities. — 2014. — № 39. — P. 1–9.
6. Key Performance Indicators for Smart Cities [Электронный ресурс] // Symposium by EERA JPSC. — Режим доступа : <http://www.cityzen-smartcity.eu>.
7. Show me the value: Overcoming citizen adoption challenges [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://social-innovation.hitachi.html>.
8. Seeing Cities Through Big Data. Research, Methods and Applications in Urban Informatics. — Bern : Springer International Publishing, 2017.

Bibliographic list

1. Smart Economy in Smart Cities. International Collaborative Research: Ottawa, St. Louis, Stuttgart, Bologna, Cape Town, Nairobi, Dakar, Lagos, New Delhi, Varanasi, Vijayawada, Kozhikode, Hong Kong. — Singapore : Springer, 2017.
2. *Perov, G. O.* Role of models of business activity in formation of «digital economy» of region // Bulletin of RSUE (RINH). — 2018. — № 3 (63). — P. 21–29.
3. *Perov, G. O.* Factors of formation of models of business activity in «digital economy» of region // Bulletin of RSUE (RINH). — 2018. — № 4 (64).
4. *Bondarenko, S. V.* Creation of system of technological forecasting in medicine and health care in Union State // Materials of 48th meeting of permanent seminar at Parliamentary meeting of Union of Belarusiya and Russia concerning construction of Union State. — M., 2017. — P. 166–171.
5. *Pires, M., Fidelis, T., Ramos, T.* Measuring and comparing local sustainable development through common indicators: Constraints and achievements in practice // Cities. — 2014. — № 39. — P. 1–9.
6. Key Performance Indicators for Smart Cities [Electronic resource] // Symposium by EERA JPSC. — Mode of access : <http://www.cityzen-smartcity.eu>.
7. Show me the value: Overcoming citizen adoption challenges [Electronic resource]. — Mode of access : <http://social-innovation.hitachi.html>.
8. Seeing Cities Through Big Data. Research, Methods and Applications in Urban Informatics. — Bern : Springer International Publishing, 2017.

С. Г. Тяглов, С. В. Коноваленков

КОНЦЕПЦИЯ ЭКСПРЕСС-ОЦЕНКИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Аннотация

В статье предложена оригинальная концепция экспресс-оценки устойчивого развития региона с использованием интегрального показателя качества жизни населения региона, вычисляемого как результат суммирования показателей, характеризующих качество жизни населения муниципальных образований данного региона. Предложен математический аппарат и инструментарий, позволяющие оценить состояние устойчивого развития региона в зависимости от изменения качества жизни населения в его муниципальных образованиях. В качестве показателя качества жизни населения муниципального образования предлагается использовать изменение заработной платы на его градообразующих предприятиях с учетом инфляционных процессов, происходящих в стране. Критерием устойчивого развития региона за тот или иной период является изменение значения интегрального показателя на конец исследуемого периода по сравнению с началом данного периода. В качестве периода экспресс-оценки предлагается использовать квартал. Выбор данного периода оценки позволит оперативно определить тенденции процессов в экономике региона и своевременно предоставлять органам законодательной и исполнительной властей региона объективную информацию для принятия решений адекватных процессам, происходящим как в экономике конкретных муниципальных образований, так и в экономике региона в целом.

Ключевые слова

Устойчивое развитие, регион, качество жизни, муниципальное образование, экспресс-оценка.

S. G. Tyaglov, S. V. Konovalenkov

CONCEPT OF EXPRESS EVALUATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF REGION

Annotation

In article propose an original concept of rapid assessment of sustainable development of region using the integral indicator of quality of life of population of region, calculated as a result of summing up the indicators characterizing the quality of life of population of municipalities of region. Mathematical apparatus and toolkit are proposed, allowing to assess the state of sustainable development of region depending on changes in quality of life of population in its municipalities. As indicator of quality of life of population of municipality it is proposed to use the change in wages at its city-forming enterprises, taking into account the inflationary processes occurring in the country. Criterion for sustainable development of region over a given period is change in value of integral indicator at the end of study period compared to the beginning of this period. It is proposed to use the quarter as period of rapid assessment. Choice of this assessment period will allow us to quickly determine the trends of processes in regional economy and provide the regional legislative and executive authorities with timely objective information for making decisions adequate to the processes occurring both in economy of specific municipalities and in economy of region as a whole.

Keywords

Sustainable development, region, quality of life, municipality, rapid assessment.

Введение

Понятие «устойчивое развитие», получило международное признание в «Декларации по окружающей среде и развитию», принятой на Конференции ООН в Рио-де-Жанейро в 1992 г. Под устойчивым развитием понимается процесс социально-экономических изменений, при котором использование природных ресурсов, инвестирование в научно-технические разработки и в производство и изменения законодательства, приводят к повышению эффективности производства и удовлетворения человеческих потребностей как ныне живущего поколения, так и будущих. При этом в декларации речь идет, прежде всего, о повышении «качества жизни» людей, так как её принцип № 1 гласит: «Забота о людях занимает центральное место в усилиях по обеспечению устойчивого развития. Они имеют право на здоровую и плодотворную жизнь в гармонии с природой» [1].

На протяжении длительного времени ведущие международные организации и отдельные исследовательские коллективы разрабатывают и предлагают различные методологические подходы к количественной оценке устойчивого развития как стран в целом, так и отдельно взятых регионов. Работы в этом направлении ведут и ученые экономисты Ростовского государственного экономического университета (РИНХ) [2–4].

Необходимо отметить, что существующие методики оценки устойчивого развития регионов производят расчет соответствующих показателей, исходя из статистических сведений, характеризующих социально-экономические процессы в целом по региону за длительные периоды времени (год и более). Такой подход не позволяет оперативно получать достоверную информацию о состоянии социально-экономических процессов, происходящих в муниципальных образованиях, и об их влиянии на устойчивое развитие региона в целом.

В общем случае состояние развития социально-экономических систем муниципальных образований отличается, как с точки зрения интенсивности процессов, так и с точки зрения их направленности. В одних муниципальных образованиях в данный момент времени может происходить развитие экономики, в это же время в других муниципальных образованиях может наблюдаться отсутствие развития, или даже кризисные явления. В настоящей статье предлагается концепция экспресс-оценки устойчивого развития региона с учетом экономических процессов, происходящих в его муниципальных образованиях.

Концепция экспресс-оценки

В соответствии с положениями статьи 7 Конституции Российской Федерации наша страна является социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека [5]. Из этого положения Конституции Российской Федерации вытекает необходимость оперативной оценки в первую очередь качества жизни простых россиян. Во-первых, их значительно больше, чем граждан, владеющих активами крупных, средних и даже малых предприятий. Во-вторых, мнение и позиция простых россиян определяет вектор развития общественно-политической системы государства. Если качество их жизни растет, то естественно, они в результате свободного волеизъявления поддерживают существующую общественно-политическую систему. Кроме того, повышение качества жизни большинства граждан стимулирует их стремление еще лучше трудиться, что положительно влияет на развитие экономики региона.

В 2009 г. в докладе на «Международной комиссии по основным показателям экономической деятельности и социального прогресса» под руководством Нобелевских лауреатов Дж. Стиг-

лица и А. Сена обосновано использование показателя «качество жизни» как основного критерия экономического развития общества вместо валового внутреннего продукта (ВВП) [7]. Обще-признанными показателями качества жизни населения являются качество питания, комфортность жилья, качество одежды, уровень медицинского обслуживания, доступность образования, состояние экологии, качество отдыха и сферы услуг и личная безопасность.

При внимательном рассмотрении совокупности показателей, характеризующих качество жизни можно с высокой степенью достоверности считать, что рост реальных доходов населения является основным показателем, характеризующим повышение качества его жизни. Это обусловлено тем, что если у граждан растут реальные доходы, то они будут лучше питаться, могут позволить себе чаще приобретать одежду и обувь и соответственно следовать моде, улучшать жилищные условия, получать дополнительное медицинское обслуживание, лучше отдыхать как в стране, так и за рубежом, могут обеспечить лучшее образование своим детям, могут посетить большее количество культурных мероприятий.

$$Pkm(d1 \div d2)_n = \left(\frac{Szd2_n}{1+Kinf} - Szd1_n \right) : Szd1_n * 100, \quad (1)$$

где $Pkm(d1 \div d2)_n$ — показатель изменения качества жизни в n -м муниципальном образовании в период с даты $d1$ по дату $d2$;

$Szd2_n$ — средняя зарплата на градообразующих предприятиях n -го муниципального образования на дату окончания периода оценки $d2$;

$Kinf$ — коэффициент инфляции (процент инфляции в период оценки $d1 \div d2$ разделенный на 100);

$Szd1_n$ — средняя зарплата на градообразующих предприятиях n -го муниципального образования на дату начала периода оценки $d1$.

В качестве источника информации о средней зарплате на градообразующих предприятиях муниципальных образований могут быть использованы данные из формы федерального наблюдения № П-4 «Сведения о численности и заработной плате работников». Эта форма заполняется юридическими лицами всех видов экономической деятельности и форм собственности, средняя числен-

Совершенно очевидно, что большинство населения, проживающего на территории региона, работает на предприятиях, расположенных на территории того или иного конкретного муниципального образования. Поэтому качество жизни населения, проживающего в муниципальном образовании, напрямую зависит от величины заработной платы, которую оно получает, работая на предприятиях, осуществляющих свою деятельность на территории данного муниципального образования. Считаем, что для экспресс-оценки качества жизни населения муниципального образования репрезентативной выборкой будет являться совокупность работников градообразующих предприятий данного муниципального образования. В ряде федеральных законов и подзаконных нормативно-правовых актах к градообразующим предприятиям относятся предприятия, на которых работает не менее чем 25 % работающего населения муниципального образования [6].

Исходя из вышеизложенного предлагается показатель, характеризующий изменение качества жизни населения муниципального образования, определять по формуле (1):

ность работников которых по итогам деятельности за предыдущий год превышает 15 человек. Таким образом, для оценки качества жизни населения в n -м муниципальном образовании необходимо использовать формы № П-4 совокупности предприятий, у которых сумма строк 01 графы «Средняя численность работников за отчетный месяц» в сумме превышает 25 % населения дан-

ного муниципального образования. Данная совокупность предприятий будет представлять градообразующие предприятия муниципального образования. Соответственно фонд заработной платы работников градообразующих предприя-

тий будет определяться суммой строк 01 графы 7 «Фонд заработной платы за отчетный месяц». Следовательно, среднюю зарплату на градообразующих предприятиях на дату начала оценки можно вычислить по формуле (2):

$$Szd1_n = \sum_i^1 Fzd1_i : \sum_i^1 Chd1_i, \quad (2)$$

где $Szd1_n$ — средняя зарплата работников совокупности градообразующих предприятий n -го муниципального образования на дату начала оценки $d1$;

$Fzd1_i$ — фонд заработной платы работников i -го предприятия, вошедшего в совокупность градообразующих предприятий n -го муниципального образования, на дату начала оценки $d1$;

$Chd1_i$ — численность i -го предприятия, вошедшего в совокупность градообразующих предприятий n -го муниципального образования, на дату начала оценки $d1$;

i — количество предприятий, вошедших в совокупность градообразующих предприятий n -го муниципального образования на дату начала оценки $d1$.

Соответственно, среднюю зарплату на градообразующих предприятиях

на дату окончания оценки можно вычислить по формуле (3):

$$Szd2_n = \sum_i^1 Fzd2_i : \sum_i^1 Chd2_i, \quad (3)$$

где $Szd2_n$ — средняя зарплата работников совокупности градообразующих предприятий n -го муниципального образования на дату начала оценки $d2$;

$Fzd2_i$ — фонд заработной платы работников i -го предприятия, вошедшего в совокупность градообразующих предприятий, на дату начала оценки $d2$;

$Chd1_i$ — численность i -го предприятия, вошедшего в совокупность градообразующих предприятий n -го муниципального образования, на дату начала оценки $d1$;

i — количество предприятий, вошедших в совокупность градообразующих предприятий n -го муниципального образования на дату начала оценки $d1$.

В результате расчета показателя изменения качества жизни населения n -го муниципального образования за период с даты $d1$ до даты $d2$ может возникнуть одна из трех ситуаций.

1. Показатель изменения качества жизни $Pkm(d1 \div d2)_n$ имеет положительное значение. Это означает, что качество жизни населения, проживающего в n -м муниципальном образовании, повышается и соответственно данное муниципальное образование вносит положительный вклад в устойчивое развитие региона.

2. Показатель качества жизни $Pkm(d1 \div d2)_n$ имеет нулевое значение. Это говорит о том, что качество жизни населения n -го муниципального

образовании, остается на одном уровне и данное муниципальное образование не вносит положительный вклад в устойчивое развитие региона.

3. Показатель качества жизни $Pkm(d1 \div d2)_n$ имеет отрицательное значение. Это означает, что качество жизни населения n -го муниципального образования ухудшается. И соответственно данное муниципальное образование вносит отрицательный вклад в устойчивое развитие региона.

Экспресс-оценку устойчивого развития региона на основе изменения качества жизни населения муниципальных образований предлагается производить по формуле (4):

$$Purr_{d1 \div d2} = \sum_n^1 Pkm(d1 \div d2)_n * \frac{Nm_n}{Nr}, \quad (4)$$

где $Purr_{d1 \div d2}$ — показатель устойчивого развития региона за период с даты $d1$ по дату $d2$;

n — количество муниципальных образований в регионе;

$Pkm(d1 \div d2)_n$ — показатель изменения качества жизни населения n -го муниципального образования за период с даты $d1$ по дату $d2$;

Nm_n — численность населения n -го муниципального образования на дату оценки устойчивого развития;

Nr — численность населения региона на дату оценки устойчивого развития.

В результате экспресс-оценки устойчивого развития региона может возникнуть одна из трех ситуаций.

1. Показатель устойчивого развития региона $Purr_{d1 \div d2}$ за период с даты $d1$ по дату $d2$ имеет положительное значение. Такое значение показателя устойчивого развития региона может быть достигнуто в двух случаях.

В первом случае экономика всех муниципальных образований развивается успешно, качество жизни их населения улучшается и каждое муниципальное образование вносит положительный вклад в устойчивое развитие региона.

Во втором случае положительное развитие экономики одних муниципальных образований с учетом их весовости, оказалось выше, чем отрицательные явления в экономике муниципальных образований с меньшей весовостью. Тогда независимо от общей положительной оценки устойчивого развития региона его руководству должен быть предоставлен состав муниципальных образований, которые внесли отрицательный вклад в данную оценку для проведения оперативного анализа и принятия соответствующих управленческих решений.

2. Показатель устойчивого развития региона $Purr_{d1 \div d2}$ за период с даты $d1$ по дату $d2$ имеет нулевое значение. Такое значение показателя устойчивого развития региона может быть достигнуто также в двух случаях.

В первом случае экономика всех муниципальных образований не развивается, качество жизни их населения

остаётся неизменным, и экономика всех муниципальных образований находится в состоянии стагнации. Поэтому руководству региона необходимо принимать системные решения по оживлению экономических процессов во всех муниципальных образованиях региона.

Во втором случае положительное развитие экономики ряда муниципальных образований компенсируется отрицательными явлениями в экономике другой части муниципальных образований. Поэтому руководству региона должен быть предоставлен состав муниципальных образований, которые внесли отрицательный вклад в данную оценку для проведения оперативного анализа и принятия соответствующих точечных управленческих решений.

3. Показатель устойчивого развития региона $Purr_{d1 \div d2}$ за период с даты $d1$ по дату $d2$ имеет отрицательное значение. Такое значение показателя устойчивого развития региона может быть достигнуто также в двух случаях.

В первом случае в экономике всех муниципальных образований происходят отрицательные явления. Поэтому руководству региона необходимо провести глубокий всесторонний анализ состояния всей экономики региона и принять законодательные решения, направленные на устранение причин замедления развития экономики и создания благоприятных условий для её роста.

Во втором случае отрицательные явления затронули экономические процессы муниципальных образований, имеющих большой вес в экономике реги-

она, а муниципальные образования с развивающейся экономикой, но обладающие малым весом не перекрывают эти отрицательные явления. В целом это означает, что экономика региона находится в предкризисном или кризисном состоянии.

Более точно динамику устойчивого развития региона можно исследовать за счет сравнения показателей за несколько периодов, которые следуют последовательно. При этом если оценки за все периоды имеют положительное значение, то это означает, что имеет место постоянная положительная динамика устойчивого развития региона. Если оценки за все периоды имеют отрицательное значение, то имеет место устойчивое ухудшение экономического состояния региона. Если оценки в рассматриваемые последовательные периоды имеют как положительные, так и отрицательные значения, то это означает неустойчивое состояние экономики региона.

Инструментарий экспресс-оценки

В качестве инструментария экспресс-оценки устойчивого развития региона предлагается разработать информационный портал, в котором будет ежемесячно накапливаться следующая информация:

- численность работников градообразующих предприятий муниципальных образований региона;
- фонд заработной платы на градообразующих предприятиях муниципальных образований региона;
- коэффициент инфляции;
- численность населения региона.

В качестве даты хранения информации предлагается использовать последний календарный день месяца. В таком случае расчет показателя качества жизни населения муниципальных образований в том или ином квартале будет осуществляться исходя из значений средней заработной платы на конец данного квартала и конец предыдущего квартала, а также процента инфляции в данном квартале. В результате обработ-

ки информации в базе данных информационной системы будут накапливаться значения показателя качества жизни населения муниципальных образований за тот или иной квартал, что позволит производить расчет показателя устойчивого развития региона в соответствующий период. При этом если значение показателя за каждый последующий период имеет большее положительное значение, то это означает, что устойчивое развитие имеет положительную динамику. То есть увеличение заработной платы не только компенсирует инфляционные процессы в каждом квартале, но и превосходит их. Если показатель последующего квартала хотя и является положительным, но если значение меньше предыдущего то это означает, что развитие региона замедляется. В случае если в течение нескольких кварталов значение показателя является отрицательным и его абсолютное значение увеличивается, то это означает, что кризисные явления в экономике региона усиливаются и необходимо осуществить анализ ситуации и определить причины, приводящие к замедлению развития экономики региона.

Выводы

Предложенная экспресс-оценка позволяет оперативно и достаточно объективно оценить социально-экономические процессы, происходящие в регионе, исходя из показателей, характеризующих изменение качества жизни населения его муниципальных образований. Применение на практике данной методики опирается на функционирование в регионах механизмов сбора соответствующей ежемесячной статистики и возможности обработки этой информации с использованием современных компьютерных и телекоммуникационных технологий. Оценка устойчивого развития региона с ежеквартальной периодичностью позволяет своевременно обнаруживать как положительные, так и отрицательные тенденции развития эко-

номики муниципальных образований. Оперативный анализ этих тенденций позволит своевременно вырабатывать законодательные и управленческие решения, направленные на устранение отрицательных факторов, снижающих развитие экономики муниципальных образований и экономики региона в целом, и поддержку положительных факторов, стимулирующих развитие экономики муниципальных образований и экономики региона в целом.

Библиографический список

1. Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию. Принята Конференцией ООН по окружающей среде и развитию, Рио-де-Жанейро, 3–14 июня 1992 г.
2. *Тяглов, С. Г.* Современные подходы к решению проблем модернизации региональной экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. — 2011. — № 36. — С. 26–29.
3. *Тяглов, С. Г., Пономарёва, М. А.* Теоретические основы и инструменты реализации концепции устойчивого развития // Управление региональными социально-экономическими системами: сущность, проблемы и пути развития : моногр. — Ростов н/Д : Март, 2013.
4. *Тяглов, С. Г., Боев, В. Ю., Панченко, А. С.* Система оценки функционирования производственной сферы региона: основные направления и проблемы формирования в современных условиях // Terra Economicus. — 2011. — № 3. — Т. 9.
5. Конституция Российской Федерации. — М. : Юр. лит-ра, 2011.
6. О несостоятельности (банкротстве) : [Федеральный закон № 127-ФЗ от 26.10.2002 (ред. от 27.12.2009)].
7. <http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/index.htm>.

8. *Галазова, С. С.* Роль государства в развитии базовых отраслей экономики // Управленческий учет в глобальном экономическом пространстве: межстрановой диалог : сб. статей междунар. науч.-практ. конф. — М., 2016. — С. 241–245.

Bibliographic list

1. Rio Declaration on Environment and Development. Adopted by United Nations Conference on Environment and Development, Rio de Janeiro, June 3–14, 1992.
2. *Tyaglov, S. G.* Modern approaches to solving problems of modernization of regional economy // National interests: priorities and security. — 2011. — № 36. — P. 26–29.
3. *Tyaglov, S. G., Ponomariova, M. A.* Theoretical foundations and tools for implementing the concept of sustainable development // Management of regional socio-economic systems: nature, problems and ways of development : monogr. — Rostov-on-Don : Mart, 2013.
4. *Tyaglov, S. G., Boev, V. Yu., Panchenko, A. S.* System of evaluation of functioning of industrial sphere of region: main directions and problems of formation in modern conditions // Terra Economicus. — 2011. — № 3. — Vol. 9.
5. Constitution of Russian Federation. — M. : Legal literature, 2011
6. On Insolvency (Bankruptcy) : [Federal Law № 127-FZ from 26.10.2002 (as amended on 27.12.2009)].
7. <http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/index.htm>.
8. *Galazova, S. S.* Role of state in development of key branches of economy // Management accounting in global economic space: intercountry dialogue ; comp. of articles of international scient.-pract. conf. — M., 2016. — P. 241–245.

А. А. Чумаков, В. Д. Баева

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИНСТИТУТОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ КАК МЕХАНИЗМ ДЕТЕНИЗАЦИИ РЫНКА ТРУДА

Аннотация

Регулирование неформальной занятости как социально-экономического фактора экономической безопасности России на современном этапе требует качественно новых подходов. Первостепенное значение наряду с административными механизмами государственного управления должна получить смена сложившейся отечественной модели экономического развития, построенная на дешевой рабочей силе с соответствующей системой налогообложения.

Ключевые слова

Социальные угрозы экономической безопасности, неформальная занятость населения, новые аспекты детенизации рынка труда.

A.A. Chumakov, V. D. Baeva

TRANSFORMATION OF INSTITUTIONS OF PUBLIC ADMINISTRATION AS MECHANISM OF LEGALIZATION OF LABOR MARKET

Annotation

Regulation of informal employment as a socio-economic factor of economic security of Russia at the present stage requires qualitatively new approaches. The change of the existing domestic model of economic development, based on cheap labor with appropriate taxation system, should be of paramount importance along with administrative mechanisms.

Keywords

Social threats to economic security, shadow employment, new aspects of labor market legalization.

Введение

Современный этап функционирования отечественной экономической системы характеризуется совокупностью противоречий посткризисного и рецессионного периода, поиском направлений их преодоления на основе учета влияния глобальных вызовов, геополитических трансформаций и внутренних дестабилизирующих факторов. В результате рыночных реформ в России сформировалась смешанная переходная монополизированная государственно-олигархическая рыночная система с крайне слабым конкурентным механизмом развития [1], для которой характерны существенные стратегиче-

ские риски и угрозы национальной безопасности. Это предполагает изменение экономического курса, без чего отечественная экономика окажется «полностью разорванной, может пропустить возможности, связанные со сменой моделей экономического роста» [2].

В проблематике экономической безопасности России в данной связи целесообразно выделение роли социальных аспектов, отражающих теневую занятость на рынке труда, требующие переосмысления приоритетности реформирования в системе трудовых отношений. Решение отмеченной проблемы позволило бы значительно увеличить доходы бюджета. Так как «теневики», не

плата налоги, тем не менее, их активно используют. Согласно исследованиям ежегодная потеря от теневого рынка труда только страховой пенсионной системы, составляет 1,3–1,5 трлн руб. [3].

В то же время в целом последствия от сокращения и легализации неформальной занятости не следует оценивать лишь сквозь призму сбора налогов. Необходимо видеть более широкие экономические, институциональные и прежде всего, социальные последствия. И несмотря на высказывания некоторых экономистов, отводящих «неформальной» экономике роль «некоторого экономического стабилизатора, амортизатора кризисов» [4], можно утверждать, что неконтролируемость процессов в области «серой» занятости с её многообразными нарушениями законодательства мотивирует криминализацию рынка труда, формируя отрицательные социальные последствия, не просто ставит под угрозу безопасность существования российского общества, но и выступает в качестве фактора его разрушения.

Пока что эффективность проводимых экономических мероприятий по уменьшению уровня теневой занятости во многих европейских государствах значительно больше, чем в нашей стране. Последнее можно объяснить тем, что отечественная экономическая политика применительно к неформальному сектору еще не сформировалась окончательно, а реализуемые в её рамках ряд мероприятий «страдают» отсутствием комплексности, недостаточно опираются на научное обоснование.

Обсуждение

В ходе эволюции теневого сектора изменяются социально-экономические и политические факторы его существования, а также формы проявления. Характерная особенность современной трансформации отмеченного сектора связана с размыванием границ легальной и нелегальной занятости. С одной стороны, налицо отток занятых из формального

сектора в неформальный, с другой — занятость в легальном секторе всё более приобретает черты, характерные для массового сокрытия доходов, несоблюдения трудового законодательства, социальных гарантий работников, делающих их практически беззащитными. При этом в отличие от субъектов привычных, устоявшихся профессий рутинного труда, для людей со всё более творческой его компонентой данная закономерность проявляется с особой остротой в силу отсутствия у них профсоюзов.

Необходимо отметить, что новый «всплеск» вовлечённых в нелегальный сектор пришелся не на период острой фазы кризиса, а как раз на период, когда его накал постепенно начал утихать. В разгар рецессии 2015–2016 гг. снижение экономической активности занятых в официальной экономике сопровождалось незначительным понижением рынка некриминальных теневых услуг и работ. Однако с начала 2017 г. социологические измерения свидетельствуют об оживлении данного сектора. По данным Минэкономразвития в отечественной экономике наметились позитивные тенденции, после чего страна вступила в новую стадию экономического роста. Правда, эту фазу пока сложно определять в качестве устойчивой: экономический рост, напоминая стагнацию, при сокращении реальных доходов населения пятый год подряд (в 2018 г. они снизились на 0,2 %) [5]. Наиболее рельефно оживляется неформальный сектор, вопреки всему вернувшийся к докризисным показателям.

Исследование теневого рынка труда в разрезе статистического подхода дает возможность определения количественно-качественных характеристик отмеченного явления. Что позволяет преобразовать относительно абстрактное понятие неформальной занятости в более наглядное. В России в последние годы, как известно, оплата труда составляла примерно одну треть от ВВП [6], однако

товаров и услуг наши соотечественники приобретали на величину, значительно превосходящую отмеченный показатель. Естественный вывод — основная доля средств из указанной разницы сформирована на основе теневой занятости. Согласно данным Минфина, в «Основных направлениях бюджетной политики на 2017–2019 гг.» объем «серых» выплат находился на уровне 5 трлн руб. [7]. Это подтверждают исследования, свидетельствующие, что существенная часть жителей Российской Федерации, в той или иной степени, выступает включенной в теневой сектор экономики как в роли производителей, так и потребителей. По состоянию на конец 2018 г. доля населения, вовлеченного в «серый» рынок труда с разной интенсивностью, составляла до половины от общей численности занятых [8]. В целом отечественная экономика характеризуется одним из самых высоких уровней показателя теневой сектора — 39,29 % ВВП, что почти на 84 % превышает среднемировую величину [9].

Согласно исследованиям, выдвинутой правительством задача понизить долю работающих, в нелегальном секторе хозяйства на практике в основном сводилась к его «администрированию», штрафным санкциям и т. д. Что привело к определенному эффекту: за два с половиной года, по данным Роструда, удалось легализовать около 5 млн работающих [10]. В то же время встает вопрос, сколько одновременно при этом «спряталось» в тень. Противоречивое отношение заслуживают и принимаемые в настоящее время меры в отношении легализации занятости согласно закону о самозанятых, начавшего действовать с начала 2019 г. [11].

Несомненно, ведение предпринимательской деятельности без регистрации ИП в виде самозанятости — полезный инструмент массового выведения трудоспособного населения из теневых сектора экономики, привлечения дополнительных средств в бюджет путем

упрощения процедуры легализации и условий ведения профессиональной деятельности. Однако, для того чтобы этот инструмент работал эффективно и стабильно, необходимо восполнить большое количество пробелов в законодательстве о самозанятых и усовершенствовать его по ряду направлений. К примеру, прописанный в нём налоговый режим является скорее лазейкой для снижения налогового груза со стороны зарегистрированных предпринимателей с помощью перехода в статус самозанятых, нежели инструментом массового выведения населения из теневого сектора экономики. Более того, предел доходов в 2,4 млн руб. в год может привести к сокрытию части доходов для сохранения или приобретения лицом статуса самозанятого и получения соответствующих преференций нелегально.

Материалы и методы

Отмеченное, отражая со всей очевидностью ограниченность принимаемых мер, по-новому ставит вопросы учета специфики решения проблемы на основе реалий современной действительности России. Ввиду чего в комплексе факторов, обуславливающие неформальный рынок труда, определяемое исследователями [12], целесообразно выделение его концептуальной основы — сложившуюся модель развития экономики, сформированной на дешевой рабочей силе и соответствующей системе налогообложения.

Как свидетельствует анализ экономики РФ за 2014–2016 гг. при уменьшении ВВП на 3,7 % существеннее всего (более чем на 10 %) произошло падение показателей, характеризующих уровень жизни граждан, чему способствовала последующая так называемая «мягкая девальвация» рубля, обусловившая фактически вдвое реальное его обесценение. Специфика причин данной отрицательной динамики характеризуется и тем, что в 2015 г. впервые при росте на 30 % реальной прибыли пред-

приятый, и росте трудовой нагрузки заработная плата в реальном выражении уменьшилась на 9,5 % [13]. Примерно аналогичные пропорции характерны и для современного периода, которые не вписываются в модель создания социально ориентированной экономики с учетом назначения таких институтов, как государство и профсоюзы, целью которых, как известно, является недопущение данных отрывов при обеспечении одновременного повышения заработной плат работников и прибылей корпораций.

Низкие стандарты зарплаты при отсутствии её непосредственной связи с производительностью труда отрицательно воздействуют на экономическую подвижность граждан, приводят к понижению их трудовой активности. Стремление обеспечения приемлемого уровня жизни значительной части занятого населения побуждая его к дополнительной теневой занятости, не имеет, как правило, ничего общего с квалификацией, профессией и является незарегистрированной. Анализ положения в отношении заработной платы позволяет сделать вывод, что к неразрешимым старым проблемам (низкая заработная плата, отсутствие мотивации, непрозрачность системы вознаграждения) добавились новые [14]. Сам институт заработной платы переживает сейчас в России глубокий кризис. Заниженная заработная плата, обуславливая падение покупательной способности населения, сужает внутренний рынок. В свою очередь, это, способствует деградации промышленного производства, упрощению структуры экономики, падению инвестиционной активности. Низкий уровень оплаты труда наемных работников разрушает двуединство процесса развития — экономический рост и повышение благосостояния, а значит, значительно затрудняет развитие. По данным Общественной палаты РФ в 2017 г. доходы ниже прожиточного минимума

имели 14,4 % россиян, а среди трудоспособного населения — 16,8 % (работающие бедные) [15]. Однако это значительный, но далеко не достаточный фактор теневой занятости. Уместно указать на пример Греции, где труд в несколько раз дороже по сравнению с РФ, в тоже время, неформальный сектор наиболее высокий в странах Евросоюза, занимает 26–28 % ВВП. В качестве существенного дополнения выступает система налогообложения, в которой основным фактором, также является труд, во многом у нас недооцененный. При этом, как свидетельствуют расчеты, на единицу заработной платы, российский работник производит продукции в три раза больше в сравнении с Европой или Америкой [16].

На имеющиеся возражения по поводу невысокой эффективности труда в РФ целесообразно заметить, что оплата труда значительно меньше. И в условиях, когда на последний «накручиваются» налоги, самый недооцененный и угнетенный фактор экономического развития подвергается давлению значительно сильнее. В стране вся экономическая система выстроена на налогообложении оплаты труда. Налоги с прибыли корпораций — это так же, по сути дела, налоги на результаты труда. И, наконец, ФОМС, они непосредственно начисляются на зарплату. И если, таким образом, взять внутреннюю экономику, практически целая пирамида налоговой системы основана исключительно на труде. Это важнейший тормоз экономического роста, так как этим создается преграда добавленной стоимости. Ограничивая повышение зарплаты, экономика и занятость загоняются в «тень».

Конкретно это означает: наряду с комплексом мер, по улучшению жизни россиян, определенными Национальными проектами 2019–2024 гг., поручениями Президента РФ, необходимость проработки алгоритма решения указанного аспекта данной проблемы [17].

Результаты

Первостепенное значение должно приобрести смещение акцентов в социальной политике, политике занятости в направлении, обеспечивающие достойное вознаграждение за труд, устранение неоправданных дифференциаций в заработной плате, её уровнях на разных предприятиях, отраслях и секторах экономики. Естественно, реализацию данных мер осуществить невозможно без существенных структурных преобразований при одновременном росте производственных инвестиций, которые придется реализовать в условиях неблагоприятной экономической конъюнктуры, отягощенной санкциями и финансовой напряженностью. Также очевидно, что для реализации макроэкономического равновесия важнейшую роль должно сыграть участие государства в данных преобразованиях, комплексный подход к решению проблемы. Поэтому, во-первых, в условиях ограничений по заимствованию за рубежом особую роль приобретает стимулирование внутреннего потребительского и инвестиционного спроса за счет уменьшения процентной ставки, иных механизмов. Достаточно сказать, что отечественные банки, заработавшие в 2018 г. рекордную прибыль — более 1 трлн руб., значительно повысили свои активы, величина которых на конец года составила 86,6 трлн руб. [18] — это более чем в два с половиной раза превышает объём всего консолидированного бюджета страны в совокупности с Пенсионным фондом. В то же время, доля инвестиционных кредитов за последние годы ничтожно мала, находилась на уровне 1,5–2 % [19]. Во-вторых, необходимо обеспечить существенное увеличение «цены легальной занятости». Исследования показывают: в современных условиях большая часть россиян, которая имеет на руках контракт, платит налоги и, казалось бы, должна иметь, таким образом, все «преимущества» в связи с легальным трудоустройством,

не чувствует себя более благополучной в сравнении с их коллегами в теневом секторе. Для многих получать оплату в конверте выгоднее, нежели создать для себя накопления, идущие на страховые взносы будущей пенсии. Таким образом, наряду с увеличением налоговой и административной нагрузки для нарушителей трудового законодательства, приоритетом должна выступать разработка эффективных бизнес-моделей, которые были бы выгоднее и популярнее «неформальных» схем. Требуется создание таких условий, при которых теневая занятость была бы не только наказуемой, но и экономически невыгодной. Что потребует соответствующей системы общественного и государственного контроля, обуславливающей незаметную трату вырученных от теневых сделок средств невозможной.

В-третьих, необходимо признать целесообразными разработки пакетов мер, предусматривающих «обеление» рынка труда в предстоящие годы, всемерно используя распределительную функцию налогов, сделать их адресными, включающих сокращение совокупной налоговой нагрузки на предприятия, действующие легально, и повышение затрат (в комплексе с административными и налоговыми) ведения бизнеса «неформалами». При этом вполне плодотворной является идея создания единой базы данных по электронным трудовым договорам, а также декларация доходов и расходов работников на примере госслужащих.

В-четвертых, требуется реализация подходов, разрывающих совпадение интересов нанимателей и лиц, получающих «серые» зарплаты. Последние освобождаются от оплаты подоходного налога, первые — от оплаты в социальные фонды обязательных взносов. В стороне от этих выгод, по понятным причинам, находится государство, что, явно не может устраивать общество в целом. Поэтому одна из первоочередных мер политики детенизации должна обеспечить рост действительно-

сти системы общего социального страхования, прежде всего пенсионного.

В-пятых, более внимательного отношения требует мнение ряда экспертов, предлагающих ограничить доступ «неплательщиков» к элементам социальной инфраструктуры, в том числе, медицинской. Конечно, следует учитывать неоднозначность и противоречивость данной меры. Так, её противники считают, что это не приведет к снижению безработицы, что она способна вызвать и, как показывает практика, вызывает недовольство у жителей страны.

При разработке комплекса мер по легализации рынка труда в наших условиях следует ориентироваться в основном на набор всесторонних мероприятий, которые нацеливают граждан и работодателей на заключение трудовых договоров, делая эти процедуры взаимовыгодными. Необходимо постоянно отслеживать легитимные условия работы, учитывая, что бы в большинстве случаев стимулы к легальной предпринимательской деятельности были гораздо действеннее репрессивных методов.

Выводы

Комплекс мер борьбы по значительному сокращению и ограничению нелегальной занятости выступает важнейшим приоритетом стратегии и проводимой политики государства в области экономической безопасности в отношении рынка труда. Он должен иметь комплексный характер, включая наряду с чисто экономическими, также административные, социально-психологические, мотивационные и воспитательные мероприятия. Необходима серьезная трансформация парадигмы и институтов управления национальной экономики, включающая изменение архитектуры госуправления. Ключевой момент сокращения уровня теневой занятости россиян предполагает, прежде всего, повышение их уровня жизни, а также налаживание в обществе механизма, обеспечивающего диалог граждан, бизнеса и власти.

Библиографический список

1. *Аганбегян, А. Г.* На пути к цивилизованному рынку // Вестник Института экономики Российской академии наук. — 2018. — № 2. — С. 7.
2. *Глазьев, С.* Экономика будущего. Есть ли у России шанс? — М.: Книжный мир. — 2017. — С. 7–8.
3. Основные положения бюджетной политики на 2017 г. и на плановый период 2018 и 2019 гг. — М., 2016.
4. *Миркин, Я.* Не туда забрели // Российская газета. — 05.12.2016.
5. На дне: россияне беднеют пятый год подряд [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.gazeta.ru>.
6. Росстат, 2018 г.
7. <https://minfin.ru>.
8. *Титов, Б.* Доля теневой занятости доходит до 50 % // Российская газета. — 20.04.2018.
9. *Боташиева, Л. Х., Саркисян, К. С.* Выявление и оценка теневой экономики: методологический аспект // Экономика. Налоги. Право. — 2018. — № (5). — С. 28–37.
10. Социологический опрос РАНХиГС: все больше россиян стремятся в теневой рынок // Портал социологических данных РАНХиГС. — 22.08.2017.
11. О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в г. Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан : [Федеральный закон № 422-ФЗ от 27.11.2018].
12. Развитие стратегии экономической безопасности в открытой дискуссии ученых и практиков // Вестник института экономики Российской академии наук. — 2017. — № 4. — С. 195–198.
13. *Симцикова, И.* Факторы роста в контексте посткризисной адаптации российской экономической системы // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2017. — № 1. — С. 168–172.

14. *Абдулгамидова, Д. А.* Заработная плата как ключевой аспект современного рынка труда // *Экономические науки*. — 2015. — № 4. — С. 75.

15. *Савченко, П. В., Федорова, М. Н.* Важное звено социально-трудовых отношений: конвергенция // *Вестник института экономики Российской академии наук*. — 2018. — № 1. — С. 69–72.

16. *Ржаницина, Л.* Без стимулирования труда не поднять его производительность // *Вестник Института экономики Российской академии наук*. — 2016. — № 5. — С. 56.

17. Поручения Президента по реализации Послания Президента Федеральному Собранию от 20 февраля 2019 г. по улучшению жизни россиян. Национальные проекты России 2019–2024.

18. Рейтинг банков по объему активов на 01.07.2018 // *Аналитика АРБ*.

19. *Еремина, Н.* Пир во время санкций: российские банки купаются в деньгах [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.gazeta.ru>.

Bibliographic list

1. *Aganbegyan, A. G.* On the way to civilized market // *Bulletin of Institute of economy of Russian Academy of Sciences*. — 2018. — № 2. — P. 7.

2. *Glazyev, S.* Economic of future. Whether Russia has a chance? — M. : Book world. — 2017. — P. 7–8.

3. Basic provisions of budgetary policy for 2017 and for planning period of 2018 and 2019. — M., 2016.

4. *Mirkin, I.* Not there came // *Rossiyskaya gazeta*. — 05.12.2016.

5. At the bottom: Russians grow poor fifth year in a row [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.gazeta.ru>.

6. Rosstat, 2018.

7. <https://minfin.ru>.

8. *Titov, B.* Share of shadow employment reaches 50 % // *Rossiyskaya gazeta*. — 20.04.2018.

9. *Botasheva, L. Ch., Sargsyan, K. S.* Identification and assessment of shadow economy: methodological aspect // *Economy. Taxes. Right*. — 2018. — № (5). — P. 28–37.

10. Sociological poll of RAS: more Russians aspire in shadow market // *Portal of sociological data of RAS*. — 22.08.2017.

11. About carrying out an experiment on establishment of special tax regime «Tax on professional income» in Moscow, in Moscow and Kaluga regions and also in Republic of Tatarstan : [Federal law № 422-FZ from 27.11.2018].

12. Development of strategy of economic security in open discussion of scientists and practitioners // *Messenger of institute of economy of Russian Academy of Sciences*. — 2017. — № 4. — P. 195–198.

13. *Simshchikova, I.* Growth factors in context of post-crisis adaptation of Russian economic system // *Humanitarian, social and economic and social sciences*. — 2017. — № 1. — P. 168–172.

14. *Abdulgamidova, D. A.* Salary as key aspect of modern labor market // *Economic sciences*. — 2015. — № 4. — P. 75.

15. *Savchenko, P. V., Fedorova, M. N.* Important link of social and labor relations: convergence // *Bulletin of institute of economy of Russian Academy of Sciences*. — 2018. — № 1. — P. 69–72.

16. *Rzhanitsina, L.* Without work incentives not to raise its productivity // *Messenger of Institute of economy of Russian Academy of Sciences*. — 2016. — № 5. — P. 56.

17. Orders of President on implementation of Message of President to Federal Assembly from February 20, 2019 on improvement of life of Russians. National projects of Russia 2019–2024.

18. Rating of banks on volume of assets for 01.07.2018 // *Analytics of ARB*.

19. *Eremina, N.* Pir during sanctions: Russian banks roll in money [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.gazeta.ru>.

РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

Д. В. Богданов, И. Е. Шапиро

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В РОССИИ

Аннотация

Научная статья исследует проблемы внедрения и использования цифровых технологий в современную банковскую систему. В статье предлагается авторское определение цифровых технологий в банковской системе, раскрывается суть существующих на данный момент проблем развития цифровых технологий. Авторами делается вывод о том, что для успешного развития и внедрения цифровых технологий в банковскую систему, необходимо оптимизировать процесс обучения специалистов, создавая отдельные направления обучения специалистов по цифровым технологиям; мотивировать приоритетный выбор подобного направления обучения созданием программы поддержки выпускников; необходимо регламентировать регулируемую базу цифровых технологий, чтобы коммерческие банки понимали, в каком законодательном поле они могут вести свою деятельность.

Ключевые слова

Банк, инновации, банковская система России, цифровые технологии, Big Data, блокчейн, искусственный интеллект.

D. V. Bogdanov, I. E. Shapiro

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN BANKING SYSTEM OF RUSSIA

Annotation

Scientific article talks about the problems of introducing and using digital technologies in modern banking system. In article the authors cites the definition of digital technologies in banking system, reveals the essence of problems existing at the moment. Authors draw a conclusion that for successful development and implementation of digital technologies in banking system, it is necessary to optimize process of training of experts, creating the separate directions of training of experts in digital technologies; to motivate the priority choice of similar direction of training with creation of program of support of graduates; it is necessary to regulate base of digital technologies that commercial banks understood in what legislative environment they can conduct the activity.

Keywords

Bank, innovations, Russian banking system, digital technologies, Big Data, blockchain, artificial Intelligence.

Введение

Цифровые технологии на сегодняшний день являются неотъемлемой частью жизни человека. Они проникают

во все сферы деятельности. Современную банковскую систему невозможно представить без внедрения и использования цифровых технологий. Без них

современный банк не сможет рационально и в полной мере использовать свои ресурсы. Цифровые технологии помогают банкам в защите персональных данных физических и юридических лиц, оптимизации работы банковского персонала, способствуют стабильной работе различных банковских подразделений, обеспечивают удаленный доступ клиентов к банку. Кроме того, эти технологии помогают банку в обеспечении кибербезопасности своих систем. В век технологий эту функцию можно назвать одной из самых важных, ведь плохо защищенные системы являются целью для взлома хакерами. Последствия для банка после такого взлома будут очень серьезными, вплоть до лишения лицензии, так что неудивительно, что цифровые технологии, в первую очередь, внедряются именно в них.

Таким образом, наиболее полное понятие определения цифровые технологии в банковской системе можно представить как комплекс высокотехнологичных информационных технологий и процессов, направленных на совершенствование предоставляемых услуг, с целью расширения продуктового ряда и усиления уровня безопасности кредитных организаций, а также предлагающих клиентам банка новые бизнес-возможности.

Материалы и методы

Государство осознает значимость использования этих технологий в современной банковской системе, поэтому разрабатывает передовые программы поддержки. Так, государственная программа «Цифровая экономика России 24» выделяет следующие цифровые технологии: большие данные (Big Data); системы распределенного реестра; нейротехнологии и искусственный интеллект; технологии беспроводной связи; технологии виртуальной и дополненной реальности; квантовые технологии; промышленный Интернет; технологии роботехники и сенсорики.

Большая часть цифровых технологий, указанных в государственной программе «Цифровая экономика России 24» на данный момент активно внедряется в банковскую систему. Наиболее приоритетной для развития и использования банками можно назвать технологию больших данных (Big Data). За время своей деятельности, банки накапливают большой массив разнообразных данных. С обработкой этих данных у коммерческих банков появляется большие возможности: предотвращение различных мошеннических действий; использование данных для ведения успешной маркетинговой стратегии; совершенствование качества обслуживания клиентов в банкоматах, мобильных банках и офисах и не только.

Следующая цифровая технология, которая активно внедряется и используется в коммерческих банках — система распределенных реестров (блокчейн).

По мнению У. Р. Ягубовой, «блокчейн — это децентрализованная система данных, которая образована в виде цепочки блоков, содержащих информацию, которая позволяет производить транзакции» [1].

Результаты

Уже сейчас у банков имеются свои проекты по технологии блокчейн. Так, ПАО «Сбербанк» предлагает использовать блокчейн для ускоренного и безопасного обмена документами между банком и организациями, делиться между банками информацией о мошенниках и использование системы распределенных реестров в эскроу-сервисе. Кроме ПАО «Сбербанк» в развитии этой технологии заинтересован и ЦБ РФ. Совместно с ассоциацией ФинТех, Центральный Банк РФ разработал российский блокчейн под названием Мастерчейн. С его помощью планируется создать децентрализованную депозитарную систему учета закладных, распределенный реестр цифровых банковских гарантий, использовать цифровые аккредитивы, а также

помочь банкам обмениваться информацией о мошенниках.

Кроме перечисленных технологий банки также используют и внедряют технологии искусственного интеллекта. Каждый современный банк имеет своего собственного умного помощника клиента — чат-бота. Он способен оптимизировать работу с клиентами, а именно отвечать быстро и понятно на простые вопросы, совершать покупки в интернете, оплачивать счета, переводить деньги и давать рекомендации по управлению своими финансами. Кроме этого, искусственный интеллект применяется для оценки рисков при кредитовании, помогает подобрать наиболее выгодные условия при выдаче кредита и помогает в борьбе с мошенниками.

Однако несмотря на все преимущества цифровых технологий, банки в процессе их использования сталкиваются со многими проблемами.

Обсуждение

Ни одна цифровая система не защищена на сто процентов от возможного хакерского взлома и воровства данных. Проблема обеспечения кибербезопасности является комплексной и включает в себя несанкционированный доступ к персональным данным как юридических, так и физических лиц, мошеннические действия в части онлайн переводов. Несмотря на постоянное улучшение защиты систем от взлома, нельзя пренебрегать наличием такой серьезной угрозы. Для решения проблем кибербезопасности на постоянной основе привлекаются ведущие государственные и частные компании, которые предлагают использование следующих методик обеспечения безопасной работы банков с использованием цифровых технологий: криптографическая защита, использование электронной биометрической подписи, одноразовые пароли и прочие способы защиты.

Стоит отметить, что развитие цифровых технологий опережает подго-

товку кадров в сфере безопасности. По данным Министерства образования и науки, ежегодно выпускается около 5 тыс. специалистов с высшим образованием в сфере кибербезопасности, тогда как потребность до 2020 г. оценивается в 21 тыс. специалистов.

Необходимо отметить, что организации, активно внедряющие цифровые технологии, принимают активное участие в решении этой проблемы. Так, в современном университете «Иннополис» практикуется понятие бизнес-модулей для конкретных предприятий, а студенты с самого начала вовлекаются в различные проекты. В свою очередь, ПАО «МТС Банк» совместно с традиционными высшими учебными заведениями создает кафедры, где студентов обучают новейшим разработкам в сферах цифровых технологий. А для поддержания актуальности приобретенных знаний, коммерческие банки принимают студентов на оплачиваемую стажировку, а в перспективе трудоустраивают, выпускников и дают возможность реализовывать свои проекты.

Большой проблемой является отсутствие законодательной базы, регулирующей развитие и функционал цифровых технологий в банках. Без закона контрольная функция государства в лице Центрального банка России не может быть реализована в полной мере. Законопроект, который может урегулировать часть деятельности банков, уже год находится на рассмотрении и несколько раз направлялся на доработки. Здесь мы говорим о Федеральном законе «О цифровых финансовых активах», который впервые был предложен на рассмотрение в Государственную Думу еще весной 2018 г. Принятие этого закона ожидается в 2019 г., однако он урегулирует лишь отношения, возникающие при создании, хранении и обращении цифровых финансовых активов (криптовалюты), а также при осуществлении прав и исполнении обязательств по смарт-

контрактам [3]. Также стоит отметить своевременные изменения, которые внес ЦБ РФ в «Положение о правилах осуществления перевода денежных средств» № 383-П от 19.06.2012, представленное Центральным Банком России. Эти изменения позволяют законодательно урегулировать работу цифровых активов и смарт-контрактов, которые являются основой использования технологии блокчейн.

Указанные законодательные инициативы коснутся банков лишь в части использования системы распределенных реестров при осуществлении сделок с клиентами. Мы считаем, что необходимо ожидать законопроекты, регулирующие развитие и использование Big Data и технологии распределенных реестров, активно внедряемые банками во всех сферах работы.

Несмотря на то, что эти технологии созданы для оптимизации работы сотрудников банка, среди персонала есть страх быть замененными машиной. И это проблема, которую следует решать менеджменту банка. Уже сейчас у ПАО «Альфа-Банк» имеется разработка на основе RPA (роботизированная автоматизация процессов). Суть этой разработки состоит в имитации программой взаимодействия человека с информационными системами для достижения необходимого результата. Программа способна выполнять любую работу с любым программным обеспечением и принимать решение по определенным сценариям работы, а значит заменить как минимум одного сотрудника банка. В то же время, при использовании этих технологий возрастает потребность в специалистах, которые обслуживают эти технологии. В таком случае, возможным решением указанной проблемы будет переквалификация части сотрудников банка в таких специалистах. При этом сотрудником банка было заявлено, что ни один человек не был уволен.

Существует проблема доверия банков и населения к новым технологиям. На сегодняшний день, многие банки сомневаются в целесообразности внедрения некоторых цифровых технологий: одни сомневаются в надежности блокчейна, а другие до сих пор не решились использовать чат-бота на основе искусственного интеллекта. Менеджмент банка можно понять, ведь из-за всего шума вокруг инновационных технологий порой трудно выделить полезную технологию, которая может принести прибыль банку и оптимизировать его работу.

Есть несколько причин недоверия населения. Во-первых, в последнее время участились случаи утечек данных в банках (например, утечка данных в ПАО «Сбербанк» в ноябре 2018 г.). Во-вторых, население не всегда видит преимущества цифровых технологий и тяготеет к более традиционным технологиям — к личному общению с человеком. Так, несмотря на широкое распространение чат-ботов в мобильных приложениях и на сайтах, все еще популярными остаются звонки на горячую линию и личные посещения офисов банка.

В качестве завершающей проблемы внедрения цифровых технологий мы бы выделили их высокую стоимость разработки и внедрения в банковскую систему. Несмотря на то, что цифровые технологии активно используются как в зарубежных, так и в отечественных проектах, банки редко делятся уникальными и успешными технологиями. А это значит, что банки тратят много средств, времени и человеческих ресурсов на разработку, тестирование и внедрение проектов. При этом технология может оказаться невостребованной или принести малую пользу. Если же банк решит воспользоваться технологией другой организации, он может столкнуться с трудностями внедрения и оптимизации этой технологии в своих системах.

Это не полный список проблем, препятствующих внедрению и исполь-

зованию цифровых технологий в банковской системе. Сюда также можно отнести и неготовность банковской системы к использованию цифровых технологий (большая часть информации находится на бумаге, либо на устаревших носителях), и слабое развитие сети Интернет в некоторых частях страны (по данным национального проекта «Цифровая экономика России 2024», в 2018 г. только 72,6 % домохозяйств имеют широкополосный доступ к сети Интернет), и отсутствие знаний и опыта по внедрению этих технологий в банковскую систему [2].

Выводы

Банковская сфера является одной из самых важных в государстве, так что неудивительно, что основное развитие цифровых технологий происходит именно в ней. Однако чтобы это развитие проходило успешно, банки совместно с регулирующими органами государства должны решать указанные в статье проблемы. В первую очередь, нужно оптимизировать процесс обучения специалистов, создавать кафедры цифровых технологий или менять уже имеющиеся. Хорошо мотивировать абитуриентов к обучению на таких кафедрах поможет создание программы поддержки выпускников, для обеспечения стабильного рабочего места. Далее необходимо регламентировать регулируемую базу цифровых технологий, чтобы коммерческие банки понимали, в каком законодательном поле они могут вести свою деятельность, так как уже имеющихся законопроектов недостаточно. И наконец, для успешности использования этих технологий необходимо применить меры по их популяризации среди населения.

Библиографический список

1. Ягубова, У. Р. К вопросу о целесообразности правового регулирования системы блокчейн (Blockchain)

(определение блокчейн) // Вестник современных исследований. — 2018. — № 3.2 (18). — С. 243–246.

2. Развитие технологий опережает подготовку кадров в сфере кибербезопасности // ТАСС. — 2017.

3. Положение ЦБ РФ № 383-П от 19.06.2012 «О правилах осуществления перевода денежных средств» // СПС КонсультантПлюс.

4. Национальная программа «Цифровая экономика России 2024» от 11.02.2019 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://data-economy.ru>.

5. *Boev, V.* Virtual economy: future of economy or phenomenon of modern society // Proceedings of 7th International conference of Association of economic universities of South and Eastern Europe and Black Sea Region (ASECU). — 2011. — P. 356–362.

Bibliographic list

1. *Yagubova, Yu. R.* On the issue of expediency of legal regulation of blockchain system (blockchain definition) // Herald of Contemporary Studies. — 2018. — № 3.2 (18) — P. 243–246.

2. Development of technology is ahead of training in field of cybersecurity. — TASS, 2017.

3. Position of Central Bank of Russian Federation № 383-P from 19.06.2012 «On the rules for the transfer of funds» // RLS ConsultantPlus.

4. National program «Digital economy of Russia 2024» from 11.02.2019 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://data-economy.ru>

5. *Boev, V.* Virtual economy: future of economy or phenomenon of modern society // Proceedings of 7th International conference of Association of economic universities of South and Eastern Europe and Black Sea Region (ASECU). — 2011. — P. 356–362.

С. В. Грицунова, Ю. А. Седых

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ: ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ

Аннотация

В статье внесены уточнения в понятийный аппарат категории «продовольственная безопасность» для описания отличительных особенностей данной категории в странах зарубежья и России; обосновано предположение о динамичности и отличие подходов к продовольственной безопасности не только на протяжении различных исторических периодов, но и в один и тот же период времени в разных государствах.

Ключевые слова

Продовольственная безопасность, уровень самообеспечения, продовольствие, продовольственная независимость, экономическая и физическая доступность продовольствия.

S. V. Gritsunova, Yu. A. Sedykh

FOOD SECURITY: EVOLUTION OF CONCEPT

Annotation

In article specifications are brought in a conceptual framework of category «food security» for description of distinctive features of this category in camps of abroad and Russia; assumption of dynamism and difference of approaches to food security not only throughout various historical periods, but also during the same period of time in different states is proved.

Keywords

Food security, self-sufficiency level, food, food independence, economic and physical availability of food.

Введение

Уровень продовольственной безопасности считается важной составляющей системы жизнеобеспечения человека, одним из показателей уровня жизни населения региона и страны, и фактором сохранения суверенитета государства.

Ссылаясь на сложный, многоуровневый характер рассматриваемого вопроса, многие ученые часто подчеркивают, что по этой причине трудно дать единое определение такой категории, как «продовольственная безопасность». Экономическая категория «продовольственная безопасность» имеет особенность — понятие не статично. Оно постоянно изменяются на протяжении временных интервалов в зависимости от степени развитости мировой экономики, особенностей деятельности и подходов

международных организаций, конкретной политической ситуации и других факторов. Кроме того, особенностью данного понятия является то, что оно тесно связано с другими экономическими категориями, которые являются тоже весьма динамичными и меняются в определенных временных интервалах.

Цель статьи заключается во внесении уточнений в понятийный аппарат категории «продовольственная безопасность» для описания отличительных особенностей данной категории в странах зарубежья и России; обосновании предположения о динамичности и отличие подходов к продовольственной безопасности не только на протяжении различных исторических периодов, но и в один и тот же период времени в разных государствах.

Материалы и методы

В качестве основных методов исследования выступили анализ и синтез, научная абстракция. Для проведения исследования в качестве и информационной базы выступили исследования ряда авторов по теме.

Результаты и обсуждение

Эволюция понятия «продовольственная безопасность» на наш взгляд проходила в несколько этапов. Первый этап представлял собой косвенное освещение проблем продовольственной безопасности — в большей степени биологическое понимание; начало использования соотношений в показателях производство и потребление на душу населения.

На протяжении всей истории человечества проблемы продовольственной безопасности хоть и косвенно, но затрагивались всегда — одной из базовых потребностей индивида являлась потребность в питании. Однако впервые была затронута проблема продовольственного самообеспечения нации. Для оценки продовольственной безопасности Т. Мальтус предложил использовать соотношение между показателями производство и потребление на душу населения. Из исследований Мальтуса следовал вывод, что обеспечение население государства продуктами является предпосылкой существования человека и такое обеспечение далеко не всегда может даёт возможность нормального существования индивида.

Следующим этапом явилось первое упоминание вопросов продовольственной безопасности (1948 г.) на международном уровне — всеобщая Декларация прав человека: каждый человек имеет право на такой жизненный уровень, включая пищу, который необходим для поддержания здоровья и благосостояния его самого и его семьи [2].

Рассматриваемый исторический период, характеризуется тем, что источником обеспечения продовольственной безопасности считалась национальная

экономика, ее производственные возможности, возможность и способность государств предоставить населению страны необходимые средства к существованию вне зависимости от внешних факторов.

В качестве показателей зрелости и жизнестойкости государств рассматривался уровень обеспечения базовой биологической потребности населения в питании, качественные и количественные характеристики продуктов питания, что «в конечном счете формирует материальную основу поступательного хода исторического процесса» [5].

Следующим этапом формирования подходов к определению продовольственной безопасности можно назвать начало активного использования категории «продовольственной безопасности» на международной арене (70 г. 20-го столетия) — продовольственная безопасность рассматривается с позиций продовольственной обеспеченности; понятие дополнено экономическими и внешнеторговыми аспектами; введение понятия «продовольственная независимость»; население остается пассивным участником обеспечения продовольственной безопасности.

В начале 1970-х гг. были негативные внешние условия для аграрного производства в форме плохих погодных условий. Именно по этой причине наблюдался общий рост уровня и темпов инфляции. На этом этапе в развитии понятия продовольственная безопасность оно было дополнено помимо биологического понимания, экономическими, внешнеторговыми аспектами. На этом этапе развития мировой экономики начинает формироваться мировая продовольственная система, которая должна покрыть потребности мирового населения в продовольствии, обеспечить рациональное движение продовольствия между странами и регионами в рамках международного разделения труда. В это же время вводится понятие до сих пор неразрывно связанное с понятием

«продовольственная безопасность» — продовольственная независимость.

В 1980-х гг. отмечен пик мирового кризиса, так как был неурожай. В этот исторический период происходит изменение в подходе к вопросам продовольственной безопасности в отношении некоторых слабо развитых государств. От продовольственной помощи этим государствам до достижения максимального уровня продовольственного самообеспечения, естественно немаловажное место отводилось системе доступности продовольствия населению.

Следующий этап — на международном уровне озвучено впервые и закреплено в Декларации Всемирного саммита 1996 г., что продовольственная безопасность зависит и от самого человека, а государство должно обеспечить доступ к продовольствию и давать возможность зарабатывать средства для приобретения его. Начиная с 1996 г. понятие формировалось и дополнялось.

Отличительной особенностью понятия 1996 г. в сравнении с 1983 г. является то, что в 1983 г. Комитет по продовольственной безопасности ФАС отметил, что «население страны остается пассивным участником в обеспечении продовольственной безопасности», а в 1996 г. в Декларации Всемирного саммита по прод. безопасности уточнено, что «исполнение прод. безопасности зависит еще и от населения и конкретного человека при условии обеспечения доступности государствам этого продовольствия и возможности заработать денежные средства на него». Таким образом, на этом историческом этапе понятие продовольственная безопасность расширяется к понятию биологической необходимости, экономической обеспеченности продовольствием добавляется его доступность для отдельных категорий граждан. В 1990-х гг. впервые в официальных российских — документах появляется термин «продовольственная безопасность» — в Программе возрождения деревни.

Термин «продовольственная безопасность» в российских документах впервые указан в 1990-е гг. — это и есть следующий этап.

В Федеральной целевой программе «Стабилизация и развитие агропромышленного производства РФ на 1996–2000 гг.», а затем в Доктрине продовольственной безопасности РФ. В РФ начиная уже с первого этапа формулировки этого понятия в качестве основной цели указано — максимальное самообеспечение продовольствием [8, 11].

Начиная с 2004 г., стало ясно то, что необходимо оказывать поддержку на международном уровне нуждающимся странам. Поскольку имели место агропродовольственные кризисы, во многом обусловленные неблагоприятными природными условиями. И решить нарастающие проблемы обеспечения продовольственной безопасности можно за счет серьезных усилий и координации деятельности государств мира и объединение их усилий для решения этих вопросов. Такая позиция была у большинства стран.

На современном этапе развития подходов к категории «продовольственная безопасность» имеются некоторые различия в трактовке понятия продовольственная безопасность в РФ и за рубежом. В большинстве развитых зарубежных странах к вопросам продовольственной безопасности относятся так, что не происходит столь сильное заострение внимания на продовольственное самообеспечение [4].

Российские экономисты ключевое значение при рассмотрении понятия продовольственная безопасность придают устранению зависимости государства от импорта продовольственных товаров, основным направлением ее обеспечения является обеспечения рынка страны собственными продовольственными товарами. Поэтому понятием, которое неразрывно связано с термином продовольственная безопасность является продовольственная независимость.

Аналогичное понятие продовольственной безопасности имеет место быть на современном этапе развития экономики страны. В Доктрине продовольственной безопасности (от 15.01.2018) указано, что «продовольственная безопасность представляет собой такое состояние экономики страны, при котором обеспечивается продовольственная независимость РФ. В отличие от большинства зарубежных концепций, где продовольственная безопасность государства неразрывно связана с импортом. Внешние внутренние источники продовольствия рассматриваются как равноценные. Так, при рассмотрении вопросов продовольственной безопасности в РФ особое место отводится оценке продовольственной независимости. Расчет производится путем определения уровня самообеспечения. Большое значение при оценке продовольственной безопасности отводится оценке экономической и физической доступности продовольствия. В условиях современных кризисных явлений и обострении отношений с некоторыми зарубежными странами роль экономической составляющей в обеспечении доступности продовольствия для населения становится все выше. Это связано с нестабильной ситуацией экономики мира, с ухудшающимися условиями социального и экономического положения населения, ростом уровня бедности, имеющих место на отдельных территориях и с многими другими условиями [6].

Выводы

Сосредоточение внимания российского государства на продовольственной безопасности в настоящее время особо актуально. Продовольственная безопасность является сложным и весьма важным динамичным явлением хозяйственной и экономической жизни любого государства. Именно поэтому понимание продовольственной безопасности меняется и дополняется не только на протяжении всего исторического периода с учетом складывающихся исторических проблем и вопросов, но и мо-

жет несколько по-разному трактоваться различными государствами в один и тот же исторический период. Современный период развития экономической категории «продовольственная безопасность» именно таким и является. Экономические кризисы, нестабильная ситуация на международных ранках, экономические санкции, ответные меры со стороны РФ затрагивают, а точнее обостряют вопросы продовольственной безопасности. Для РФ с учетом отмеченных тенденций оптимальным подходом к пониманию продовольственной безопасности явилось самообеспечение, экономическая и физическая доступность, нарастающая потребность устойчивого развития сельского хозяйства в стране.

Библиографический список

1. *Быков, Б. А.* Экономический словарь. — М. : Наука, 1988.
2. Всеобщая декларация прав человека [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.un.org/ru>.
3. Доктрина продовольственной безопасности РФ : [утв. Указом Президента РФ № 1300 от 17.12.1997].
4. *Зиньковская, В. Ю.* Совершенствование механизмов обеспечения продовольственной безопасности в условиях кризиса : дисс. — СПб., 2017.
5. *Ковалёв, Е. В.* Потенциал мировой агропродовольственной сферы: плюрализм оценок // *Мировая экономика и международные отношения.* — 2011. — № 8. — С. 4.
6. *Лубакова, Э. М., Шилова, А. Э.* Экономическая доступность продовольствия как важнейший аспект обеспечения продовольственной безопасности // *Успехи современной науки и образования.* — 2016. — № 7. — Т. 3. — С. 35–37.
7. *Боткин, О. И., Сутыгина, А. И., Сутыгин, П. Ф.* Интерпретация понимания продовольственной безопасности на международном уровне // *Вестник Удмуртского университета.* — 2016. — Вып. 2. — Т. 26. — С. 7–8.

8. *Савон, И. В., Грицунова, С. В.* Некоторые аспекты реализации политики импортозамещения в России: тенденции развития // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. — 2017. — № 4. — Ч. 1.

9. Словарь русского языка : в 4-х т. — М. : Русский язык, 1999.

10. *Тихомирова, В. А.* Продовольственная безопасность: сущность понятия // Вестник РЭУ. — 2015. — № 6 (84).

11. Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации : [Указ Президента РФ № 120 от 30.01.2010].

Bibliographic list

1. *Bykov, B. A.* Economic dictionary. — М. : Science, 1988.

2. Universal declaration of rights of person [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.un.org/ru>.

3. Doctrine of food security of Russian Federation : [app. by Decree of Russian President № 1300 from 17.12.1997].

4. *Zinkovskaya, V. Yu.* Improvement of mechanisms of ensuring food security in conditions of crisis : diss. — SPb., 2017.

5. *Kovalyov, E. V.* Capacity of world agrofood sphere: pluralism of estimates // World economy and international relations. — 2011. — № 8. — P. 4.

6. *Lubakova, E. M., Shilova, A. E.* Economic availability of food as the most important aspect of ensuring food security // Progress of modern science and education. — 2016. — № 7. — Vol. 3. — P. 35–37.

7. *Botkin, O. I., Sutygina, A. I., Sutygin, P. Ph.* Interpretation of understanding of food security at international level // Bulletin of Udmurt university. — 2016. — Issue 2. — Vol. 26. — P. 7–8.

8. *Shroud, I. V., Gritsunova, S. V.* Some aspects of implementation of policy of import substitution in Russia: development trends // Competitiveness in global world: economy, science, technologies. — 2017. — № 4. — Vol. 1.

9. Dictionary of Russian : in 4 vol. — М. : Russian language, 1999. — Vol. 1.

10. *Tikhomirova, V. A.* Food security: essence of concept // Bulletin of REU. — 2015. — № 6 (84).

11. About the approval of Doctrine of food safety of Russian Federation : [Decree of President of Russian Federation № 120 from 30.01.2010].

Э. Ю. Демьяненко, Е. Н. Смертина

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ТЕКУЩИХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ НА СТАДИИ КОНКУРСНОГО ПРОИЗВОДСТВА В ПРОЦЕДУРЕ БАНКРОТСТВА

Аннотация

В статье проведено сравнение принципов учета стабильно работающей и находящейся под процедурой конкурсного производства организации, представлен учетный порядок отражения текущих обязательств при данной процедуре банкротства. При стабильно функционирующем предприятии финансово-хозяйственная деятельность носит непрерывный характер, а в процессе процедуры банкротства данный процесс является циклическим. В связи с этим и стоит вопрос, какие особенности в учете тех или иных хозяйственных операций будут наблюдаться в условиях несостоятельности (банкротства) организации. Рассматриваются отличие текущих платежей при конкурсном производстве от обычных требований. Представлен состав текущих обязательств, порядок осуществления текущих выплат по ним, методика их бухгалтерского учета и взыскания.

Ключевые слова

Текущие расходы, несостоятельность (банкротство), конкурсное производство, обязательства, бухгалтерский учет.

E. Yu. Demyanenko, E. N. Smertina

**FEATURES OF ACCOUNTING OF CURRENT OBLIGATIONS
AT THE STAGE OF BANKRUPTCY PROCEEDINGS
IN PROCEDURE OF BANKRUPTCY**

Annotation

In article comparison of principles of accounting of organization which is steadily working and being under the procedure of bankruptcy proceedings is carried out, registration order of reflection of current obligations at this procedure of bankruptcy is presented. At steadily functioning enterprise financial and economic activity has continuous character, while in course of procedure of bankruptcy this process is cyclic. In this regard there is also a question, what features in accounting of these or those economic operations will be observed in conditions of insolvency (bankruptcy) of organization. In article are considered difference of the current payments at bankruptcy proceedings from usual requirements. Structure of current obligations, procedure of current payments for them, technique of their accounting and collecting is presented.

Keywords

Operating costs, insolvency (bankruptcy), bankruptcy proceedings, obligations, accounting.

Введение

По данным единого федерального реестра сведений о банкротстве в прошлом периоде было зафиксировано 130 000 решений, по открытию конкурсного производства среди предприятий признанных банкротом. Из них всего около 300 решений было принято в пользу финансового оздоровления [1]. Это происходит потому, что в Российской Федерации система ориентирована в основном на устранение несостоятельных организации, а не на помощь в реорганизации предприятий.

Для ведения эффективной финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта в современных условиях хозяйствования немаловажным фактором выступает надлежащий уровень организации бухгалтерского учета. В соответствии с действующими нормативными документами все организации, подлежащие процедуре банкротства должны вести бухгалтерский учет. Стоит заметить, что при процедуре банкротства информация по бухгалтерскому учету предполагает некоторые

изменения, которые должны найти отражение в учетных процедурах организации. Постановка бухгалтерского учета в несостоятельной организации может представлять определенные сложности для различных участников процесса.

Материалы и методы

Хозяйственная деятельность организации при стабильном функционировании носит непрерывный характер. При нахождении в состоянии банкротства процесс производства, как правило, является цикличным. В связи с этим стоит вопрос, как необходимо вести бухгалтерский учет в условиях несостоятельности (банкротства). В статье проведено сравнение принципов учета стабильно работающей и находящейся под процедурой конкурсного производства организации, представлен учетный порядок отражения текущих обязательств при данной процедуре банкротства. Общие требования, принципы и методы организации и ведения бухгалтерского учета финансово-хозяйственных операций в процессе проведения различных процедур банкротства рассматривались различными авто-

рами: И. А. Астраханцева, В. Р. Банк, С. В. Банк, П. С. Безруких, В. Б. Ивашевич, Д. В. Назаров, В. Ф. Палий, Я. В. Соколов, А. А. Солоненко, Ткач, и др. Эта проблема представлена и в трудах зарубежных специалистов: Э. Альтмана, У. Бивера, Д. Ван Хорна, А. Таффлера, Д. Фридмана и др. Методологической основой при написании статьи послужили такие общенаучные методы познания: группировки, сравнения, анализа, обобщения, систематизации теоретических аспектов, системного и комплексного подхода. Исследование осуществлялось с использованием законодательных и нормативных актов в сфере регулирования бухгалтерского учета хозяйственной деятельности организации в состоянии несостоятельности (банкротства).

Результаты и обсуждение

Процедура конкурсного производства задана в Федеральном законе «О несостоятельности (банкротстве)» № 127-ФЗ от 12.10.2018 [2]. Для этой процедуры руководствуются нормами главы 7 «Конкурсное производство», в которой определены общие положения и представлены значимые в практической деятельности аспекты начала конкурсного производства, определения стоимости собственности должника, порядок выполнения требований кредиторов, охватывая и требования по долгам, обеспечивающихся заложенными активами должника и др. Исходя из норм законодательства, можно сформулировать, что конкурсное производство — это процедура банкротства, которая используется для неплательщика, который является банкротом, с целью равного возмещения требований кредиторов. После принятия арбитражным судом решения о несостоятельности организации происходит начало конкурсного производства, как следствие последствий решения принятого судом. Это последствия:

– наступает срок выполнения финансовых обязательств с момента начала конкурсного производства;

– прекращается начисление процентов штрафных и иных санкций по всем имеющимся долгам организации-банкрота;

– прекращается признание информации о состоянии финансов организации-банкрота конфиденциальной или составляющей коммерческую тайну;

– прекращается выполнение требований в рамках всех исполнительных документов, которые передаются судебными приставами конкурсному управляющему.

Согласно федеральному закону № 127-ФЗ [2], конкурсный управляющий должен в течение 10 дней обнаружить информацию о начале конкурсного производства. При строгом соблюдении процедуры конкурсного производства возможно его благополучное прохождение. Конкурсное производство длится в течение 1 года, но арбитражным судом этот срок может быть продлен максимум на 6 месяцев.

Для осуществления точного и достоверного бухгалтерского учета конкурсный управляющий может привлекать таких квалифицированных специалистов как бухгалтера, аудиторы и иные специалисты. Конкурсный управляющий обязан провести инвентаризацию, оценить ее результаты и сохранить собственность должника. Также он должен: проинформировать служащих об их грядущем увольнении; проанализировать экономическое состояние фирмы; вести реестр займодавцев и фиксировать несогласие по поводу их требований. По завершении процедуры, согласно этому реестру появляется возможность увидеть требования кредиторов, которые были погашены или нет.

Таким образом, конкурсное производство — это последняя процедура при банкротстве организации. При ее осуществлении аккумулируется и продается собственность организации-должника, распределяется пропорционально величине активов каждого из

кредиторов и в итоге происходит ликвидация организации-должника как юридического лица.

В таблице 1 приведено сравнение основных характеристик принципов

бухгалтерского учета действующих при стабильно работающей организации и организации, находящейся в процессе осуществления процедуры конкурсного производства.

Таблица 1 — Сравнение принципов учета стабильно работающей и находящейся под процедурой конкурсного производства организации

Принципы бухучета	Стабильное предприятие	Предприятие при конкурсном производстве
Непрерывность деятельности	Организация будет вести свою работу, то есть обязательства будут погашаться им в установленном порядке	Срок работы организации определяется конкурсным производством, а обязательства будут оплачиваться согласно закону.
Имущественная обособленность	Имущество, средства и долги предприятия используются отдельно от имущества, средств и долгов владельцев этой организации	Собственниками может быть поглощено имущество предприятия-банкрота
Последовательность применения учетной политики	Применяется в соответствии с отчетными периодами	Осуществляются корректировки учетной политики
Содержательность представляемых сведений	Сведения предоставляются в соответствии с вовлеченностью кредиторов	Информация более конкретизирована для кредиторов

При процедуре несостоятельности предприятия некоторые принципы и положения бухгалтерского учета могут не соблюдаться. Это объясняется тем, что при процедуре конкурсного производства происходит изменение требований к содержанию и составу предоставляемой информации. В соответствии с федеральным законом № 127-ФЗ, конкурсный управляющий представляет отчет, который должен содержать в себе кроме прочего информацию о величине текущих обязательств организации-банкрота, включая:

- наименование процедуры банкротства, в рамках которой текущие обязательства образовались;
- информацию о назначении данных обязательств;
- основания образования текущих обязательств;
- сумму обязательств и невыплаченного остатка (п. 2 ст. 143 ФЗ № 127).

Отметим, что в типовой форме отчета конкурсного управляющего об использовании денежных средств долж-

ника (утв. Приказом Минюста РФ от 14.08.2003 № 195) нет граф или таблиц, в которых можно было бы отразить указанные данные. Не существует и отдельной утвержденной формы реестра. Поэтому на практике арбитражные управляющие оформляют реестр текущих платежей по самостоятельно разработанной форме и прикладывают его к своему отчету так же, как, к примеру, реестр требований кредиторов [3].

Исходя из п. 1 ст. 5 ФЗ № 127 к текущим платежам относится ряд частноправовых и публично-правовых денежных требований, дата возникновения которых приходится на период после возбуждения дела о банкротстве. В отношении обязательств, возникших ранее, срок исполнения считается наступившим независимо от срока исполнения, установленного соглашением сторон (п. 3 ст. 63 ФЗ № 127) [4]. Согласно ст. 126 ФЗ № 127-ФЗ после введения конкурсного производства в отношении текущих платежей:

– продолжается начисление санкций (процентов, неустоек) за неисполнение или ненадлежащее исполнение;

– сохраняется порядок предъявления к исполнению и взысканию вне процедуры банкротства [5].

После введения финишной процедуры банкротства все полномочия по операционному управлению организацией, в том числе обеспечение оплаты предъявляемых кредиторами по текущим платежам требований, переходят к конкурсному управляющему. Учитывая, что текущие (внеочередные) платежи могут составлять значительный объем, на практике возникает необходимость распределения денежных средств при их направлении на погашение долгов. Ст. 134 ФЗ № 127 предусматривает следующую очередность текущих выплат:

1. Погашение судебных расходов и оплата работы конкурсного управляющего и приглашенных им сотрудников.

2. Заработная плата и выходные пособия работников.

3. Оплата услуг лиц, привлеченных для обеспечения управления.

4. Эксплуатационные платежи, компенсационные выплаты руководящему составу организации-должника, денежные санкции в связи с нарушениями во время торгов (вторая сумма задатка, возмещение убытков).

Существуют обязательства, которые исполняются в особом порядке, минуя приведенную очередность. Это:

– оплата мероприятий по предотвращению катастрофических последствий остановки предприятия должника;

– выплаты залоговым кредиторам;

– возвращение задатка при продаже имущества должника на торгах (все полученные в счет задатков деньги зачисляются на отдельный счет и возвращаются впоследствии с этого счета).

Конкурсный управляющий обязан своевременно и в порядке очередности осуществлять текущие платежи; в ином случае кредиторы вправе взыскать их в

судебном порядке с последующим обращением полученных судебных документов к исполнению.

Таким образом, вне очереди погашают: судебные издержки организации-банкрота; плату за выполненную работу конкурсного управляющего; текущие расходы по коммунальным и эксплуатационным платежам; обязательства перед кредиторами, появившиеся после поступления в арбитражный суд заявления о банкротстве и до момента когда организация будет им признана, а также те, которые образовались в процессе конкурсного производства; долги в части расчетов по заработной плате [6].

В первую очередь, выплачиваются компенсации за причинение вреда жизни или здоровью, а также компенсации морального вреда. Затем выходные и авторские вознаграждения. В третью очередь, организация рассчитывается по обязательным платежам в бюджет и во внебюджетные фонды. В последнюю очередь производятся расчеты с другими кредиторами. Требования каждой очереди удовлетворяются после полного удовлетворения требований предыдущей [6]. Судебные издержки подлежат списанию лишь с вступлением в силу судебного решения.

Формулировка «текущих обязательств в конкурсном производстве» дается в статье 5 ФЗ № 127 [1]. Здесь сказано, что финансовые обязательства фигуранта дела о несостоятельности, которые возникли после даты подачи соответствующего заявления в суд — текущие платежи в деле. К таким выплатам законодательство относит расчеты должника с наемным персоналом, которые включают начисление заработной платы, выходных пособий и иных подобных платежей. В эту категорию попадают финансовые требования кредиторов, начисляемые на основе постоянного соглашения о периодических выплатах: за аренду, пользование коммунальными услугами, поставку сырья,

налоговые сборы. Данные варианты платежей причисляются к рассматриваемой категории, если обязательство появилось после инициации судебного разбирательства. Сюда уместно включить первичные соглашения, акты сверки, корреспонденцию с должником, результаты решения суда. Заключительным этапом в написании таких бумаг становится подписание заявления кредитором и уточнение даты составления документа. Ходатайство направляется временно управляющему почтой либо вручается лично. В этих ситуациях конкретные сроки погашения требований определяются судом с учетом соблюдения очередности выплат и календарных сроков.

Перечень основных проводок, отображающих текущие расходы должника в процессе конкурсного производства и не относящихся к деятельности компании, могут быть отражены следующим образом:

– Д-т – 26 «Общехозяйственные расходы», К-т – 76 «Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами» — начисление вознаграждения конкурсному управляющему и затрат по публикациям в средствах массовой информации;

– Д-т – 19 «НДС по приобретенным ценностям», К-т – 76 «Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами» — начисление НДС по понесенным расходам;

– Д-т – 91 «Прочие расходы», К-т – 68 «Расчеты по налогам и сборам» — при обращении в суд начисление государственной пошлины [7].

Свои особенности имеются и при взыскании текущих платежей при конкурсном производстве. Так, мораторий (приостановление исполнения) не распространяется на текущие платежи. Исполнительный лист, полученный по решению суда на взыскание текущих платежей в конкурсном производстве, может быть предъявлен: в банк должника (ст. 8 ФЗ «Об исполнительном производстве» от 02.10.2007 № 229-ФЗ); судебному приставу-исполнителю.

Следует отметить, что законом на банк должника возлагаются контролирующие функции. Любые платежные документы (платежные поручения, чеки, инкассовые поручения и др.) должны предоставляться вместе с документальным подтверждением отнесения платежа к текущим. Таким же образом проверяются исполнительные документы. При этом банк руководствуется формальными признаками (п. 1 постановления пленума ВАС РФ от 06.06.2014 № 36). Кроме того, банк обязан соблюдать приведенную выше очередность платежей. Она определяется среди документов, которые предъявлены к оплате. В случае если на дату предъявления отсутствуют документы, относящиеся к более ранней очереди, исполнительный документ подлежит исполнению банком, как указано в постановлении 9ААС от 02.02.2015 № 10АП-16384/14. Отметим так же, что обязанность судебного пристава-исполнителя по прекращению исполнительных производств распространяется только на реестровые денежные требования, но не затрагивает текущих обязательств (п. 4 ст. 96 № 229-ФЗ). По текущим обязательствам исполнительное производство ведется в обычном порядке за некоторыми исключениями:

– пристав не вправе обратиться на имущество должника, за исключением денег на счете в банке;

– пристав обязан придерживаться очередности исполнения текущих требований, указанной в п. 2 ст. 134 Закона о банкротстве, за исключением исполнения обязательств, обеспеченных залогом (п. 19 постановления пленума № 58).

Итак, при наличии денежного требования, относящегося к текущим платежам, необходимо пользоваться всеми возможностями кредитора по законодательству, включая предъявление исполнительного листа в банк должника и возбуждение исполнительного производства. Активная позиция кредитора позволит добиться исполнения требования.

Выводы

Результатом конкурсного производства при проведении процедуры банкротства будет прекращение деятельности юридического лица. Сущностью данной процедуры банкротства выступит равное удовлетворение заявленных требований ее кредиторов в соответствии с очередностью, предусмотренной законодательством, за счет возможной реализации активов должника. Текущие платежи в конкурсном производстве отличаются от обычных требований порядком предъявления и погашения. Необходимо отметить, что согласно нормам законодательства о несостоятельности (банкротстве), основным условием при отнесении того или иного платежа к текущему, является фактор времени при образовании денежного обязательства. При отнесении платежей к текущим следует иметь в виду следующее. После наступления очередной процедуры банкротства расходы в части обязательств, образовавшихся до ратификации заявления о признании организации-должника несостоятельной, дата реализации которых установлен до момента наступления следующей процедуры, не будут являться текущими расходами. В то время как расходы в части обязательств, образовавшихся после ратификации такого заявления, вне зависимости от изменения процедуры банкротства, будут являться текущими расходами. Обязательства перед текущими кредиторами должны быть удовлетворены в процессе осуществления процедур банкротства вне зависимости от начала осуществления расчетов с кредиторами, а при конкурсном производстве они удовлетворяются вне очереди. К текущим платежам можно относить только обязательства, предполагающие осуществление расчетов денежными средствами.

Библиографический список

1. Статистический бюллетень ЕФРСБ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://download.fedresurs.ru>.

2. О несостоятельности (банкротстве) : [Федеральный закон № 127-ФЗ от 26.10.2002 (ред. от 27.12.2018)].

3. Решение Арбитражного суда Удмуртской Республики от 26.09.2018 по делу № А71-8213/2018.

4. Решение Арбитражного суда г. Москвы от 26.10.2018 по делу № А40-187184/2018.

5. Решение Арбитражного суда г. Москвы от 09.04.2018 по делу № А40-227227/2017.

6. *Илларионов, А.* Налоговый и бухгалтерский учет при конкурсном производстве. Пошаговая инструкция для конкурсного управляющего // Финансовая газета. — 2017. — № 32.

7. *Демьяненко, Э. Ю., Смертина, Е. Н.* Общие положения и методика оценки отдельных нефинансовых активов в соответствии с РСБУ и МСФО : учеб. пособие. — Ростов н/Д, 2015.

Bibliographic list

1. Statistical bulletin of EFRSB [Electronic resource]. — Mode of access : <http://download.fedresurs.ru>.

2. About insolvency (bankruptcy) : [Federal law № 127-FZ from 26.10.2002 (ed. from 27.12.2018)].

3. Decision of Arbitration court of Udmurt Republic from 26.09.2018 on case № А71-8213/2018.

4. Decision of Arbitration court of Moscow from 26.10.2018 on case № А40-187184/2018.

5. Decision of Arbitration court of Moscow from 09.04.2018 on case № А40-227227/2017.

6. *Illarionov, A.* Tax and accounting at bankruptcy proceedings. The step-by-step instruction for receiver // Financial newspaper. — 2017. — № 32

7. *Demyanenko, E. Yu., Smertina, E. N.* General provisions and technique of assessment of separate non-financial assets according to RAS and IFRS : textbook. — Rostov-on-Don, 2015.

О. Д. Ермоленко, Р. М. Богданова

**ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА
ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ В ВИНОГРАДНО-ВИНОДЕЛЬЧЕСКОМ
ПОДКОМПЛЕКСЕ АПК РОССИИ**

Аннотация

В статье рассматривается современный уровень развития виноградно-винодельческого подкомплекса АПК России. В связи с высокой значимостью отрасли виноградарства и виноделия актуальной является проблема изучения и формирования организационно-экономического механизма повышения их эффективности и устойчивого развития. Анализ состояния виноградно-винодельческого подкомплекса, проведенный в исследовании, показал, что его функциональную эффективность определяют пять групп факторов. Эти факторы структурно образуют систему управления сельскохозяйственным производством. В результате были выявлены принципы, формирующие данную систему и составляющие организационно-экономический механизм эффективного функционирования виноградно-винодельческого подкомплекса. Был сделан вывод о возможных направлениях устойчивого развития отрасли.

Ключевые слова

Виноградно-винодельческий подкомплекс, организационно-экономический механизм, агропромышленный комплекс, эффективность производства.

О. Д. Ermolenko, R. M. Bogdanova

**FORMATION OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM
TO IMPROVE EFFICIENCY IN GRAPE-WINE SUBCOMPLEX
OF AGROINDUSTRIAL COMPLEX OF RUSSIA**

Annotation

Article discusses the current level of development of grape-wine subcomplex of agro-industrial complex of Russia. Due to the high importance of viticulture and winemaking industry, problem of studying and forming the organizational and economic mechanism for increasing their efficiency and sustainable development is urgent. Analysis of state of grape-wine subcomplex, conducted in study, showed that its functional efficiency is determined by five groups of factors. These factors structurally form a system of management of agricultural production. Result was sun-dried principles, forming the system and components of organizational-economic mechanism of effective functioning of wine sector. It was concluded that the possible directions of sustainable development of industry.

Keywords

Grape-wine subcomplex, organizational and economic mechanism, agro-industrial complex, production efficiency.

Введение

Современный уровень развития экономической системы основной задачей ставит повышение эффективности деятельности агропромышленного комплекса и его подотраслей, в частности виноградно-винодельческого подкомп-

лекса. Виноградно-винодельческий подкомплекс АПК России обладает достаточно большой значимостью в ряду других отраслей экономики страны. Продукция отрасли обладает высокой потребительской ценностью и обеспечивает значительные поступления в федераль-

ный и региональный бюджеты страны. В тоже время развитие отрасли виноградарства и виноделия требует значительных капиталовложений, окупаемость которых начинается лишь спустя четыре года, когда наваждения достигают возраста плодоношения. В связи этим достаточно актуальным представляется вопрос изучения и формирования организационно-экономического механизма, способствующего повышению эффективности деятельности в отрасли.

Материалы и методы

Результативность аграрного производства базируется на комплексе критериев, обеспечивающих расширенное воспроизводство, что дает возможность отрасли эффективно совершенствоваться и функционировать. Для формирования данного комплекса условий необходимо формирование системы организационно-экономических мер повышения эффективности хозяйствования. Организационно-экономический механизм включает экономический механизм, формы собственности, хозяйствования и управления. Наибольшая эффективность производства достигается за счет оптимального соотношения и развития функционирования всех подсистем механизма [8].

Для понимания и формирования мер повышения эффективности организационно-экономического механизма в той или иной отрасли необходимо изучение и совершенствование процессов функционирования, разработка системы взаимосвязанных мер повышения эффективности хозяйствования. Механизм хозяйствования является динамично развивающейся системой сельскохозяйственного производства, генерируемой под воздействием детерминированных факторов: природных, политических, экономических, социальных, научно-технических [4].

Политические факторы выражаются в проводимой аграрной политике государства. Развитие государственной политики поддержки сельского хозяйства началось с 1965 г. на основе созда-

ния и совершенствования системы экономических отношений, обеспечивающих прочную заинтересованность колхозов и совхозов, осуществления комплексной механизации, химизации, мелиорации земель, проведения системы социальных мероприятий. В последующем происходит совершенствование государственной политики в отношении отрасли сельского хозяйства. Аграрная политика направлена на интенсификацию сельскохозяйственного производства за счет внедрения передовых технологий, социальное развитие села и увеличение заинтересованности в производстве самих сельян, для обеспечения продовольственной безопасности страны [2].

На своевременном этапе формирования аграрной политики России государством уделяется довольно пристальное внимание развитию сельскохозяйственного производства, что определяется принятием различных программ поддержки аграрной отрасли [2]. Комплексность проводимой государственной политики в сельском хозяйстве является определяющим фактором эффективного функционирования, как в целом агропромышленного производства, так и виноградно-винодельческого подкомплекса в частности. Она включает основные вопросы экономического стимулирования, предусматривает рост капиталовложений в сельское хозяйство, последовательную интенсификацию производства и перевод на высокотехнологичное производство, развитие сельскохозяйственной науки, совершенствование форм организации и управления производством. Целью реализации политики государственной поддержки сельскохозяйственного производства является стимулирование создания развитого виноградно-винодельческого подкомплекса страны. За последние несколько лет была произведена реновация виноградников, заложены новые высокопродуктивные сорта, что поло-

жительно повлияло на объемы производства и урожайность виноградной продукции. Благодаря проводимой государственной политике урожайность винограда за период с 2002 по 2007 гг. в хозяйствах всех категорий возросла в 1,9 раза, в крестьянских (фермерских) хозяйствах в 2,1 раза, в сельскохозяйственных организациях в 1,9 раза [10].

Анализ данных по субсидированию закладки виноградников и площади виноградных насаждений, фактически заложенных за период с 2011 по 2017 гг. показывает, что отрицательный прирост субсидирования на закладку насаждений в начале периода, определил отрицательный тренд прироста закладки виноградных насаждений (табл. 1).

Таблица 1 — Абсолютные и базисные показатели темпов роста и прироста субсидирования виноградарства и площадей виноградных насаждений в РФ в 2011–2017 гг. (2011 г. — базисный)

	Год	Фактический показатель	Абсолютный прирост		Коэффициент роста		Темп роста, %		Темп прироста, %	
			2011 г.	2017 г.	2011 г.	2017 г.	2011 г.	2017 г.	2011 г.	2017 г.
субсидирование виноградарства, млн руб.	2011	300,30								
	2012	459,20	158,9	158,90	1,53	1,53	152,91	152,91	0,76	52,91
	2013	304,95	4,65	-154,25	1,02	0,66	101,55	66,41	0,02	-33,59
	2014	285,50	-14,8	-19,45	0,95	0,94	95,07	93,62	-0,07	-6,38
	2015	585,10	284,8	299,60	1,95	2,05	194,84	204,94	1,36	104,94
	2016	1798,39	1498,09	1213,29	5,99	3,07	598,86	307,36	7,14	207,36
	2017	1471,57	1171,27	-326,82	4,90	0,82	490,03	81,83	5,59	-18,17
площадь виноградных насаждений фактически заложенная, тыс. га	2011	4,60								
	2012	3,00	-1,6	-1,60	0,65	0,65	65,22	65,22	-34,78	-34,78
	2013	3,97	-0,63	0,97	0,86	1,32	86,30	132,33	-13,70	32,33
	2014	4,40	-0,2	0,43	0,96	1,11	95,65	110,83	-4,35	10,83
	2015	3,35	-1,25	-1,05	0,73	0,76	72,83	76,14	-27,17	-23,86
	2016	4,99	0,393	1,64	1,09	1,49	108,54	149,04	8,54	49,04
	2017	4,40	-0,2023	-0,60	0,96	0,88	95,60	88,08	-4,40	-11,92

Как показывает графический анализ фактических значений показателей, представленный на рисунке 1 недостаточность субсидиарной помощи на закладку новых виноградных насаждений в 2013 г. сказалась на фактическом уровне закладки лишь в 2015 г., а соответствующее увеличение финансирования в последующие годы дало незначительный прирост площадей новых виноградников [11].

Экономические факторы реализуются через доктрину продовольственной безопасности на основании, которой выявляется и определяется потребность в сельскохозяйственных продуктах. Кроме того, для эффективной организации сельскохозяйственного производства

необходимы организация сбытовых каналов, а также формирование адекватной ценовой политики. На эффективность производства в виноградарстве влияют рост цен на основные виды промышленной продукции: сельскохозяйственную технику, средства защиты растений, удобрения, ГСМ и пр. [5].

Диспропорции в процессе воспроизводства в виноградно-винодельческом подкомплексе связаны, прежде всего, с отсутствием сбалансированной структуры воспроизводственного процесса, достаточным уровнем результативности производимой продукции, обеспечивающей реновацию виноградных насаждений, развитие производственной инфраструктуры.

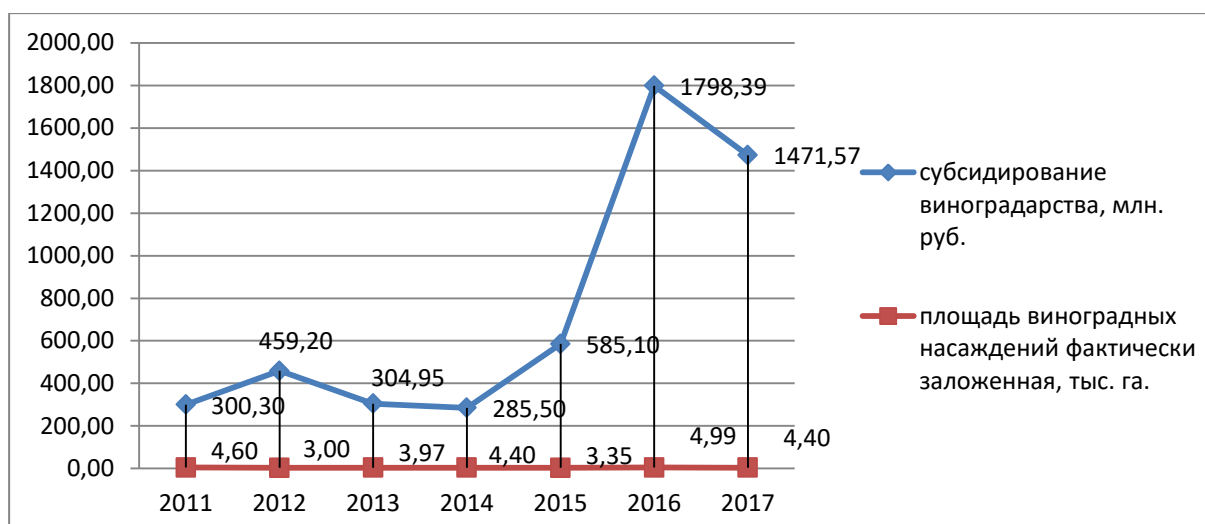


Рисунок 1 — Сравнительный анализ фактических закладки виноградников и величины показателей субсидирования

Возрастающие потребности в сельскохозяйственной продукции высокого качества и определенного ассортимента отражают значение экономических факторов в системе управления сельскохозяйственной отраслью. Главной целью любого производства, в том числе и сельскохозяйственного, является максимальное удовлетворение жизненных потребностей населения, в частности продовольствием [6]. Именно необходимость развития различных подотраслей сельского хозяйства оказывает влияние

на формирование систем отрасли. Определяющими показателями при этом становятся цены на потребляемые в сельском хозяйстве средства производства промышленного происхождения и различные услуги, а также закупочные цены на сельскохозяйственные продукты, условия сбыта и инфраструктура сельского хозяйства [7].

В таблице 2 представлены индексы цен реализации основных промышленных товаров и услуг, приобретаемых аграриями в виноградарстве.

Таблица 2 — Индексы цен на основные промышленные товары, приобретаемые в виноградарстве и виноделии в РФ в 2009–2016 гг.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Топливо дизельное,	78,14	109,61	120,12	114,9	118,82	106,35	105,52	100,71
Удобрения и соединения азотные	87,39	111,08	122,77	108,79	103,32	104,85	126,22	98,09
Средства защиты растений химические (пестициды)	112,13	103,26	101,89	107,26	103,33	106,18	116,99	106,48
Прочие товары и услуги	101,45	104,32	108,03	105,67	105,68	104,39	108,23	104,96

Изменение цен на промышленные товары оказывают непосредственное влияние на деятельность в виноградно-винодельческом подкомплексе. Рост или снижение цен на эту группу товаров

может оказывать влияние на объем закладки виноградных насаждений, уровень урожайности и другие показатели деятельности подкомплекса.

Развитие инфраструктуры отрасли способствует совершенствованию системы хозяйствования. На формирование экономической системы сельскохозяйственной отрасли оказывают существенное влияние уровень развития производительных сил страны и региона. Для успешного и эффективного функционирования отрасли необходимо улучшение социальных условий жизни на селе, а также формирование системы наиболее полного удовлетворения потребностей населения. Процессы урбанизации населения, отток населения из сельских территорий в связи с ухудшением уровня жизни и отсутствием работы, оказывают негативное влияние на систему функционирования отрасли, что определяет необходимость последовательно и быстрыми темпами поднимать производительность труда, повышать социально-культурный уровень жизни на селе.

В свете четвертой промышленной революции, распространения и повсеместного внедрения цифровых технологий все большее значение приобретает уровень развития научно-технических факторов функционирования сельскохозяйственной отрасли. Развитие науки оказывает существенное влияние на систему хозяйствования, развитие и внедрение технологий является основой эффективного функционирования системы сельского хозяйства [3].

Научно обоснованное ведение хозяйства также является неотъемлемой частью формирования эффективного организационно-экономического механизма устойчивого ведения хозяйства в виноградно-винодельческом подкомплексе, нуждающегося в качественном научном обеспечении. В связи с этим особенно важно развитие научных разработок в области возделывания и выработки качественной и конкурентоспособной продукции. Крайне важно поддерживать выведение новых сортов винограда, устойчивых к вредителям и болезням, а также неблагоприятным факторам при-

родной среды. В последние годы активно ведутся фундаментальные исследования в агропромышленном комплексе. Учеными научно-исследовательских учреждений России ежегодно создаются новые сельскохозяйственные культуры, которые находят свое применение в агропромышленном комплексе Российской Федерации с высоким экономическим эффектом.

На постоянной основе учеными создаются серии сорта винограда с высокой продуктивностью, устойчивостью к абиотическим и биотическим негативным факторам [9]. Донскими учеными выведены новые сорта, превосходящие по продуктивности, качеству продукции, устойчивости к болезням столовые и технические сорта винограда. В республике Крым выделены перспективные сорта для выращивания в Западном предгорно-приморском районе Крыма и восточном Крыму.

Ведение сельского хозяйства связано с эксплуатацией природных ресурсов, в связи с этим природные условия являются основополагающими факторами эффективной деятельности отрасли. Консервативность и малоподвижность природных факторов определяет необходимость приспособлять к ним системы хозяйствования. Для виноградарства климатические условия имеют решающее значение. Россия с ее климатическими условиями имеет все предпосылки для производства высококачественных столовых и технических сортов винограда, а также высококачественных вин, не уступающих европейским [9].

Результаты

Эффективность деятельности отрасли в равной степени зависит на сегодняшний день от оперативности учета сельхозорганизациями изменений макро- и микроэкономических аспектов хозяйствования. В связи с этим необходимо формирование такого организационно-экономического механизма, который учитывал бы ряд принципов (рис. 2).

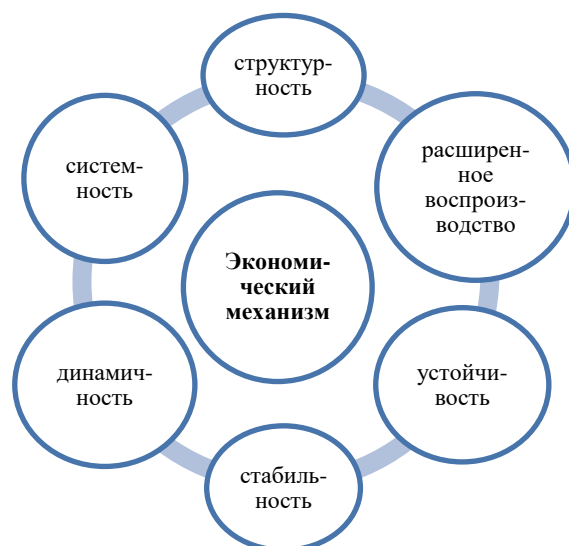


Рисунок 2 — Принципы формирования экономического механизма повышения эффективности в виноградно-винодельческом подкомплексе АПК

С точки зрения целостности виноградно-винодельческий подкомплекс АПК является целостной системой и на каждом уровне представляет единое целое, противостоит другим окружающим ее системам. Подкомплекс виноградарства и виноделия составляют предприятия по первичной переработке сырья и предприятия вторичного виноделия, а также организации осуществляющие заготовку, хранение, транспортировку и торговлю конечной продукцией. Все эти отрасли взаимосвязаны между собой технологически, организационно и экономически, так как каждая из них выполняет строго определенную функцию в едином технологическом процессе.

Динамичность аграрной системы характеризуется постоянными изменениями показателей эффективности деятельности отрасли, явлений и процессов, повторяющихся и изменяющихся под воздействием объективных факторов.

Иерархичность в виноградно-винодельческом подкомплексе проявляется в том, что он является подсистемой продовольственного комплекса, который, в свою очередь, является неотъемлемой частью агропромышленного комплекса страны. Структурность находит своё выражение в том, что каждая система состоит из отдельных элементов или ком-

понентов, сочетающихся в различных пропорциях, которые имеют свою внутреннюю структуру. При этом каждая ее часть или элемент подчиняются целому.

Обсуждение

На систему сельского хозяйства оказывают влияние входящие в нее подсистемы, а также совокупность отраслей агропромышленного комплекса. Организационно-экономические, технологические приемы и средства создают выход продукции с единицы земельной площади при наименьших трудовых и денежных затратах на единицу продукции.

Система сельского хозяйства характеризуется социально-экономической формой, специализацией и отраслевой структурой, кооперацией и интеграцией, концентрацией производства, степенью интенсивности, управление, технологией и техникой.

На эффективность хозяйствования оказывает влияние система взаимосвязанных и взаимообусловленных факторов. Для достижения достаточного уровня эффективности необходимо формирование организационно-экономического механизма, учитывающего и удовлетворяющего социальные потребности, предотвращающего негативные экологические последствия с учетом сохранения природной среды.

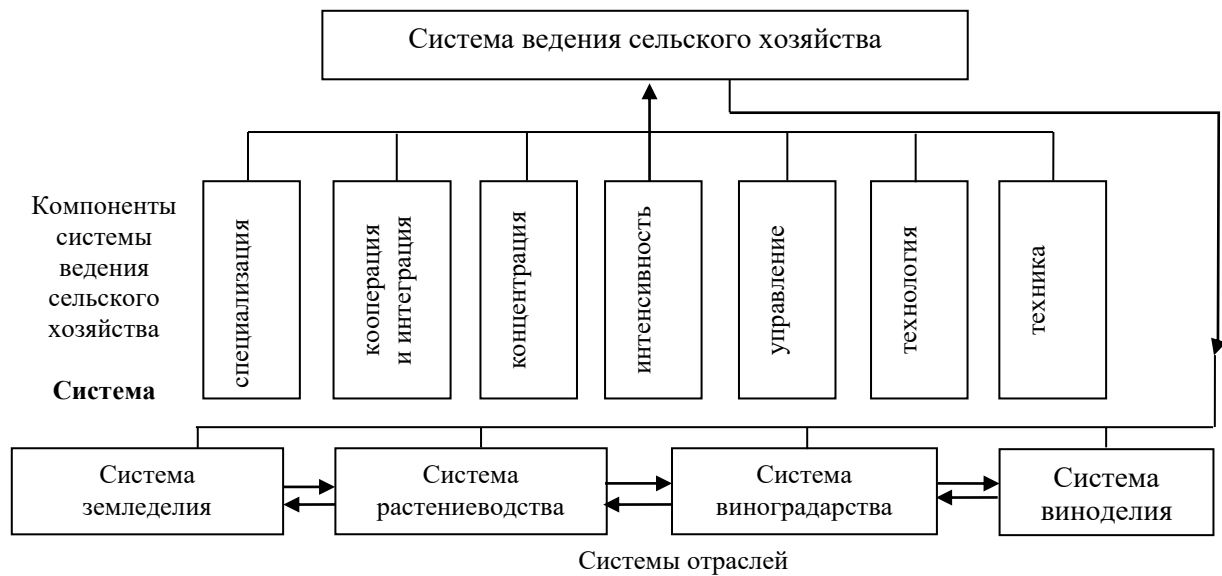


Рисунок 3 — Содержание и структура сельского хозяйства

Выводы

Эффективность ведения сельского хозяйства зависит от рационального и полного использования всех производственных ресурсов: земельных, водных, трудовых, растительных, материальных, энергетических и финансовых.

Элементы системы тесно связаны между собой и составляют единое целое. Группа отраслей, отдельные отрасли организации образуются из горизонтального и вертикального единства предприятий и трудовых коллективов.

Совокупность отраслей АПК представляет собой одну из наиболее сложных систем, обладающих множеством взаимосвязанных факторов. Центральным элементом этой системы является сельскохозяйственная отрасль экономики нашей страны [11]. Научно обоснованные организационно-экономические принципы рационального построения и управления сельскохозяйственным производством для удовлетворения потребностей общества в сельскохозяйственных продуктах при высокой экономичности производства определяют сущность ведения сельского хозяйства.

Таким образом, для формирования эффективной системы хозяйствования виноградно-винодельческого комплекса необходимо создание организационно-

экономического механизма, отвечающего принципам системности, структурности, устойчивости, стабильности, динамичности и обеспечения расширенного воспроизводства. Реализация этих принципов обеспечит устойчивое развитие отрасли виноградарства и виноделия.

Библиографический список

1. О долгосрочной стратегии развития агропромышленного комплекса Российской Федерации // Аналитический вестник. — 2018. — № 10 (699).
2. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.mcx.ru>.
3. Боев, В. Ю. К вопросу о формировании системы эффективного использования инновационного потенциала региона // Актуальные проблемы устойчивого развития регионов России : материалы междунар. науч.-практ. конф. — Ростов н/Д, 2015. — С. 5–13.
4. Ермоленко, В. П., Василенко, В. Н., Кузнецов, И. В. Программа развития агропромышленного комплекса Октябрьского района Ростовской области : моногр. — Ростов н/Д, 2004.

5. *Ермоленко, О. Д., Богданова, Р. М.* Проблемы и перспективы развития виноградарства на основе государственной поддержки // Развитие российской экономики и ее безопасность в условиях современных вызовов и угроз : материалы междунар. науч.-практ. конф. — Ростов н/Д : АзовПринт, 2019. — С. 102.

6. *Кузнецов, В. В., Тарасов, А. Н., Гайворонская, Н. Ф.* Прогнозирование параметров инновационного развития отраслей сельского хозяйства: теория, методология, практика : моногр. — Ростов н/Д : АзовПринт, 2017.

7. *Маркин, Ю. П.* Состояние и перспективы механизации виноградарства РФ // Русский виноград. — 2015. — № 1.

8. *Скоробогатов, М. В., Захарова, А. Г.* Особенности развития винодельческой отрасли России в современных условиях // Научный журнал НИУ ИТМО. Экономика и экологический менеджмент. — 2014. — № 1.

9. *Усенко, Л. Н., Удалова, З. В., Ермоленко, О. Д.* Виноградно-винодельческий подкомплекс // Продовольственный комплекс России: состояние и перспективы развития : моногр. / под ред. А. И. Алтухова. — М., 2018. — С. 267–297.

10. Площади и валовые сборы плодово-ягодных и виноградных насаждений в Российской Федерации / Росстат. — М., 2018.

11. Центральная база статистических данных. Основные показатели деятельности отдельных отраслей экономики. Сельское хозяйство. Площади многолетних насаждений [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://cbsd.gks.ru>.

Bibliographic list

1. About long-term strategy of development of agro-industrial complex of Russian Federation // Analytical Bulletin. — 2018. — № 10 (699).

2. State program of development of agriculture and regulation of markets of agricultural products, raw materials and food for

2013–2020 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.mcx.ru>.

3. *Boev, V. Yu.* To the question of formation of system of effective use of innovative potential of region // Actual problems of sustainable development of regions of Russia : materials of International scient.-pract. conf. — Rostov-on-Don, 2015. — P. 5–13.

4. *Ermolenko, V. P., Vasilenko, V. N., Kuznetsov, I. V.* Program of development of agro-industrial complex of Oktyabrsky district of Rostov region : monogr. — Rostov-on-Don, 2004.

5. *Ermolenko, O. D., Bogdanova R. M.* Problems and prospects of development of viticulture on basis of state support // Development of Russian economy and its security in context of modern challenges and threats : materials of International scient.-pract. conf. — Rostov-on-Don : Azov print, 2019. — P. 102.

6. *Kuznetsov, V. V., Tarasov, A. N., Gayvoronskiy, N. Ph.* Forecasting of innovative development of branches of agriculture: theory, methodology, practice : monogr. — Rostov-on-Don : Azovprint, 2017.

7. *Markin, Yu. P.* State and prospects of mechanization of viticulture of Russian Federation // Russian grapes. — 2015. — № 1.

8. *Skorobogatov, M. V., Zakharova, A. G.* Features of development of wine industry in Russia in modern conditions // Scientific journal of ITMO. Economics and ecology management. — 2014. — № 1.

9. *Usenko, L. N., Udalova, Z. V., Ermolenko, O. D.* Grape-wine subcomplex // Food complex of Russia: state and prospects of development : monogr. / ed. by A. I. Altukhov. — М., 2018. — P. 267–297.

10. Area and gross harvest of fruit and berry and grape plantations in the Russian Federation / Rosstat. — М., 2018.

11. Central base of statistical data. The main indicators of individual sectors of economy. Agriculture. Square perennial plants [Electronic resource]. — Mode of access : <http://cbsd.gks.ru>.

Е. С. Потокينا

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ХОЛДИНГОВЫХ СТРУКТУРАХ

Аннотация

В современной модели развития экономики крупные бизнес-структуры смещают акценты с затрат времени для сбора и обработки аналитических данных в сторону временных затрат, отводимых на принятие стратегических решений на основе полученных данных. Все более актуальной становится проблема совершенствования управленческого учета в период всеобщей диджитализации. Изучение проблем функционирования холдинговых компаний в различных областях экономики вызывают большой научный интерес с точки зрения теории, и практики. Проведено исследование и выявлены основные проблемы формирования документооборота для целей управленческого учета в холдингах, уровень использования отчетных данных, формируемых в электронном виде.

Ключевые слова

Управленческий учет, корпоративная отчетность, холдинговые компании, электронный документооборот, модернизация.

Е. S. Potokina

MODERNIZATION OF ELECTRONIC DATA PROCESSING FOR HOLDING COMPANIES

Annotation

In modern model of development of economy large business structures shift focus from time expenses for collecting and processing of analytical data towards time expenditure which is taken away on adoption of strategic decisions on basis of obtained data. More and more relevant is problem of improvement of management accounting during general digitalization. Studying of problems of functioning of holding companies in various fields of economy attract great scientific interest in terms of the theory, and practice. Research is conducted and the main problems of formation of document flow for management accounting in holdings, level of use of reporting data formed in electronic form are revealed.

Keywords

Management accounting, consolidated reporting, holding companies, electronic document management, modernization.

Введение

Группы компаний, объединенные в формальные или неформальные холдинги, являются крупнейшим налогоплательщиками не только в Российской Федерации, но и во всем мире. Большая часть обязана публиковать данные своей финансовой отчетности, многие делают это добровольно для дальнейшего выхода на IPO (Initial Public Offering — первичное размещение акций на бирже) или формирования заинтересованности у по-

тенциальных инвесторов. Организация систем учета строится на принципах сбалансированности показателей и экономии затрачиваемых ресурсов на формирование этих показателей. Грамотно спроектированная система управленческого учета позволит связать данные управленческого, финансового учета по РСБУ к МСФО и детализировать расходы. Остро встаёт вопрос об организации управленческого и бухгалтерского учета на новом квалификационном

уровне, позволяющем вести учетные процедуры быстро, качественно и открыто для заинтересованных пользователей. Решение данного вопроса невозможно без модернизации системы электронной обработки учетно-аналитической информации. Данная область исследования динамично развивается, изменяется, появляются новые инструменты, технологии, ресурсы, которые необходимо исследовать и тестировать на практике.

Материалы и методы

В исследовании использовался аналитический метод, позволяющий изучить отдельные стороны финансового мониторинга в условиях технологичности бизнес-процессов. Применялся метод междисциплинарного синтеза, позволяющий охватить процесс управленческого учета доходов и расходов от первичного учета хозяйственных операций и процессов до принятия управленческих решений на основании отчетных данных.

Результаты

Модель построения субъекта экономики в виде холдинга имеет синергетический эффект, заключающийся в том, что преимущества от объединения достигаются не посредством арифметического сложения, а сочетанием и наложением возможностей всех организаций, входящих в структуру холдинга [3].

Холдинговые компании имеют ряд отличительных особенностей:

- обладают масштабными ресурсами (оборотные средства, кредитные или инвестиционные вливания, высококвалифицированный управленческий и производственный персонал);

- сосредотачивают капитал в центральной (управляющей) структуре, который, в зависимости от экономической конъюнктуры, перенаправляется из одной дочерней структуры в другую;

- формируют самодостаточную вертикально интегрированную систему (от производственной структуры до сбыта конечному потребителю);

- объединяют производственный, технический, экономический и управленческий опыт, распространяющийся на все подконтрольные организации, что является драйвером развития холдинга в целом и каждой входящей в него организации, в частности.

В РФ официально зарегистрировано 7156 юридических лиц, в наименовании которых присутствует слово «холдинг», и 5906 — в наименовании которых содержится фраза «группа компаний» [3]. Географическое распределение холдинговых компаний показано на рисунке 1. Из них в зависимости от места нахождения по федеральным округам.

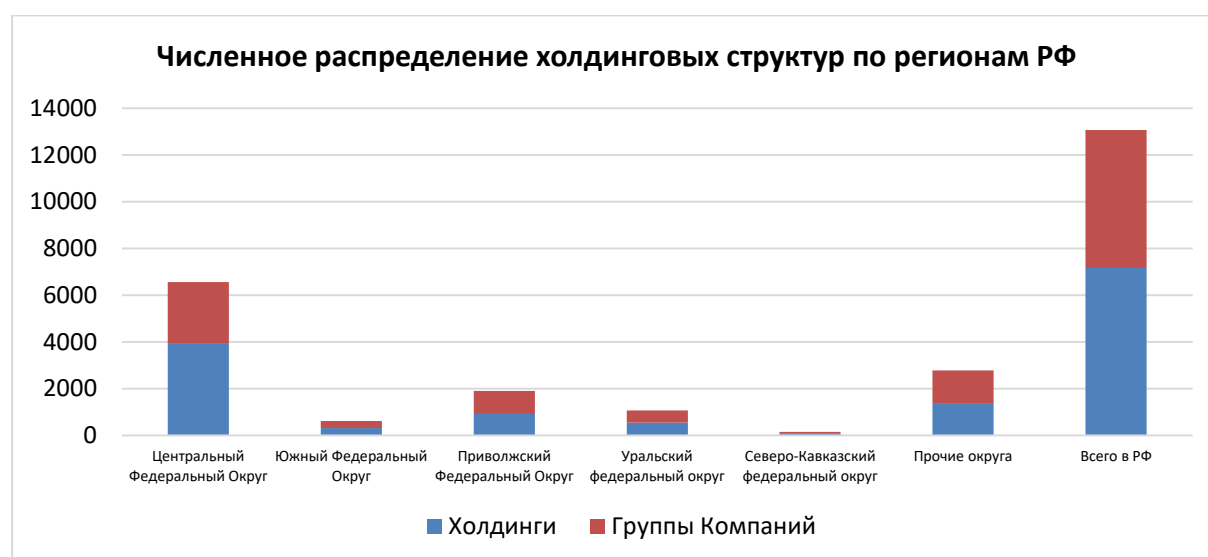


Рисунок 1 — Количество холдинговых структур в различных регионах РФ, шт.

«Для решения современных управленческих задач требуется гораздо больше информации, чем предлагает существующая отчетность. Отсутствие необходимых данных и искажения в источниках информации приводят к необходимости корректировки механизма информационных технологий, а также соответствующей адаптации научного аппарата экономического анализа, что предполагает формирование новых, востребованных практикой качественных характеристик хозяйствующих субъектов и их количественного выражения в показателях».

В автоматизированной информационной системе процесс управления учетными данными осуществляется техническими прикладными решениями, специальными методами обработки данных в целях формирования информации для пользователя-специалиста. Налоговый кодекс устанавливает обязанность для налогоплательщиков вести налоговые регистры, а также предоставлять в электронном виде декларации по тем или иным видам налогов, что служит некоторым драйвером для диджитализации и внедрения использования автоматизированных учетных программ для организации ведения бухгалтерского, налогового и управленческого учета в рамках единого прикладного решения. Однако драйвер важен скорее для мелких и средних бизнес-структур.

Различные виды учетов, как правило, ведутся на одном информационном поле, данные, регистрируемые в бухгалтерских программах, проходят параллельную обработку в бухгалтерском, налоговом и управленческом учете.

Интегрированные структуры в странах с разным уровнем развития экономики формировались повсеместно, несмотря на различия в предпосылках и мотивах к объединению. Крупные производственно-хозяйственные объединения играют весьма значительную роль в экономиках развитых стран, в том числе в США, Японии, Германии и Швейца-

рии. Они контролируют более 1/3 промышленного производства своих стран, более 1/2 внешней торговли, более 3/4 патентов и лицензий на высокие технологии и софт. Таким образом, крупные или интегрированные бизнес структуры не ждут указаний или распоряжений от контролирующих организаций, а сами задают вектор в развитии учетных программ и прикладных решений для совершенствования процесса сбора и обработки финансовой информацией.

В 2010–2017 гг. наблюдалось стремительное развитие информационных технологий в области бухгалтерского учета, при этом вектор развития был направлен в сторону создания отраслевых решений – производство, строительство, розничная торговля, автотранспорт. Одновременно на должном уровне поддерживается рынок услуг для предприятий – настройка программы, обновление программы, обслуживание, консультации, обучение ведению учета в данной программе. Данная работа направлена на формирование специальных компетенций бухгалтеров. Специальные компетенции связаны с определенной областью профессиональной деятельности [2].

Потенциал роста цифровизации бухгалтерского учета еще достаточно высок. В рамках данного исследования мы изучили доклад консалтинговой компании The Boston Consulting Group (BCG) в котором говорится об отставании цифрового развития России от мирового в среднем на 5–8 лет. Авторы доклада «Россия онлайн? Догнать нельзя отстать» считают, что РФ надо повысить темп роста цифровизации, который сейчас находится на уровне 24 %. «В противном случае текущее отставание России от стран-лидеров в 5–8 лет будет быстро увеличиваться и на пятилетнем горизонте может достичь 15–20 лет — разрыв, который будет крайне сложно сократить» [3], — говорится в исследовании. Однако в исследовании отмечаются и положительные моменты. Так,

например, снизилось отставание в цифровизации между регионами и Москвой. Если в 2011 г. показатель отставания составлял 2,6 раза, то к 2018 г. он снизился до 1,3 раза. Чтобы не отставать, России следует ускоренными темпами внедрять цифровые технологий во все отрасли экономики. Если это удастся, то к 2021 г. бюджет получит дополнительные 5–7 трлн руб. в год [3].

Современная бухгалтерская литература уделяет значительное внимание изучению количественных прогнозов финансовых доходов, но предполагается, что большинство фирм выполняют данные исследования «для себя» и предпочитают не публиковать свои прогнозы. Однако при более широком изучении открытой финансовой отчетности или отчетности для инвесторов холдинговых компаний можно увидеть, что публикации прогнозов гораздо более распространены. Подавляющее большинство компаний включают в свои пресс-релизы о прибылях и убытках некоторые виды прогнозных заявлений. Кроме того, прогнозные раскрытия публикуются достаточно последовательно, что приводит к более тонкой реакции инвесторов и большим изменениям в точности прогнозов аналитиков [4].

Нельзя игнорировать требования собственников и инвесторов к управленческой отчетности компаний — повышение ее аналитичности, визуализация отчетности в форме графиков, диаграмм, доступность в любое время с любого места нахождения руководителя.

В рамках данной статьи изучен сектор агропромышленных холдингов. Несмотря на их широкое распространение, основная часть производственных кластеров располагается в сельской местности, и как следствие в учетно-аналитическом процессе внутрихолдинговых компаний применяются лишь отдельные части консолидированного финансового учета, которые в большинстве случаев выполняются за счет трудоемкого ручного сбора учетной ин-

формации сотрудниками бухгалтерии. Различие налоговых режимов применяемых предприятиями, образующими холдинговую структуру, территориальная разобщенность, разница в уровне квалификации учетного персонала, материально-технического оснащения, доступности использования современных технологий оказывают влияние на формирование консолидированных показателей, затрудняют процессы принятия управленческих решений. Таким образом, первичная учетная информация вливается в систему управленческого учета агропромышленных холдингов из достаточно разрозненных регионов. Факты хозяйственной жизни совершаются и отражаются в учете одних предприятия, а анализируются и принимаются решения в других.

Объединение производственных и финансовых ресурсов в аграрном секторе экономики, привлечение инвестиций, использование заемных средств для осуществления операционной деятельности, формирует необходимость совершенствования методологии консолидированного управленческого учета, базовых методов, разработку классификаторов статей доходов/расходов, правил формирования отчетности консолидированной группы, отражающих специфику данной отрасли для сохранения стабильности, минимизации потерь и дальнейшего развития агропромышленных холдингов.

Оценка фактического состояния финансового и управленческого учета в агрохолдингах отображает, что основной проблемой составления консолидированной управленческой отчетности является отсутствие единой методологии учета фактов хозяйственной жизни и бизнес-процессов. Глубина детализация статей доходов и расходов различается в разных кластерах, что приводит к дополнительным трудозатратам при формировании отчетных данных.

Исходя из практического опыта, можно сделать вывод, что не существу-

ет двух одинаковых компаний с идентичной схемой работы. Для более тонкой настройки ведения учетных данных в крупных холдинговых структурах мы предлагаем внедрить специалиста по методической разработке учетной программы, имеющего достаточный опыт и понимающий оперативные требования к вводным данным и итоговой аналитике для формирования управленческого, бухгалтерского и налогового учета. На базе стандартного программного обеспечения и экспертного заключения методиста должен составляться техническое задание на разработку и внедрение специализированной программы.

Основным средством производства в аграрном зерновом кластере выступает земля — пашня. Характерным для сельского хозяйства является длительность технологического процесса: от подготовки почвы, посева урожая осенью одного года до уборки в следующем году. Такой временной разрыв и неравномерность в объеме работ, формировании затрат, получении выручки и в итоге прибыли, определяет особенности функционирования холдинговой структуры. В связи с сезонностью агробизнеса четко просматривается цикличность в необходимости кредитования или инвестирования. Более точный прогноз потенциальной выручки в зависимости от соотношения цены/качества зерна, позволяет принимать взвешенное решение о необходимости и объемах кредитования. Это приведет к снижению расходов, связанными с выполнением обязательств по полученным займам и кредитам согласно п. 3 ПБУ 15/2008 и более выгодным финансовым показателям в квартальной и годовой отчетности, публикуемой для инвесторов. Как показала практика, на этапе активного расширения бизнеса или диверсификации бизнес-процессов обостряется проблема построения эффективного документооборота между компаниями группы холдинга. Вместе со стандартизированными входящими, исходящими формируются еще и кор-

поративные документы. Электронный документооборот в холдинговых компаниях позволит сократить бюрократию, наладить непосредственный контакт между отправителем и конечным пользователем данных, а также увеличить скорость обмена информацией между интегрированными в холдинг юридическими лицами [5].

С помощью корпоративного документооборота специалисты, ответственные за ведение учета смогут формировать документы, отчеты, декларации, отправлять и принимать файлы, принимать участие в совещаниях, организовывать и хранить архивные папки документов, выполнять расчеты и формировать готовую аналитику. Для внутрихолдинговых компаний регламент принятия решений структурирован и выстроен в определенную иерархию, данные процессы подчинены требованиям головной организации и имеют много общего между собой. В связи с этим заранее может быть определено требование к функциональной составляющей рабочих мест сотрудников бухгалтерии того или иного уровня компетенции.

Важным фактором, влияющим на проектирование или совершенствование результативной модели управленческого учета и отчетности, является определение целеполагания развития холдинга. Для решения каких вопросов необходим управленческий учет? Какие блоки требуют более глубокой детализации, тщательного контроля специалистами, а какие процессы можно автоматизировать.

1. На уровне топ-менеджмента необходимо обозначить пункты с вопросами, ответы на которые хотят видеть собственники или акционеры.

Расширение существующего бизнеса?

Увеличение выручки от продаж?

Увеличение активов и стоимости компании?

Повышение прибыльности?

Выход на IPO и выпуск ценных бумаг?

Полученные ответы станут маркерами для дальнейшей детализации и проработки глубины аналитических статей доходов/расходов управленческого учета.

2. Разделяем обозначенные выше пункты топ-уровня на более мелкие и конкретизируем с учетом производственной специфики.

Перед моделированием системы управленческого учета для целей внесения изменений и корректировок мы рекомендуем провести аудит существующей внутренней системы сбора, обработки и формирования отчетных данных, который может производиться в несколько этапов (табл. 1).

Таблица 1 — Этапы аудита внутренней финансовой системы холдинга

Этапы	Результат
Анализ организационно-правовой структуры группы предприятий	Формирование документа «Структура холдинга»
Анализ бизнес цепочек и производственных связей в периметре холдинга	Формирование документа «Структура функциональной подчиненности», описание административного подчинения и зон ответственности руководителей подразделений; Составление должностных инструкций
Анализ существующей финансовой структуры холдинга, движения денежных средств и денежных потоков внутри группы	Формирование документа «Положение о порядке согласования платежей и лимите финансовых полномочий» — определение ответственных лиц по центрам ответственности, уполномоченных распоряжаться финансами, активами вверенного им подразделения или компании в целом
Внесение изменений в организационную и финансовую структуру холдинга	Издание соответствующих приказов или внутренних распорядительных документов для внесения изменений в финансовые или учредительные документы для достижения эффективной работы и перенастройке внутренних связей

Анализ существующей системы, проведенный по вышеуказанным этапам, выявит несбалансированность в действующей системе взаимодействия предприятий внутри холдинга. Разработанный пакет документов на основе выявленных противоречий станет основой при проектировании системы управленческого учета холдинга или усовершенствования существующей.

Обсуждение

Анализируя процессы совершенствования управленческого учета в крупных холдинговых компаниях, следует выделить тот факт, что технологичность автоматизации учета повышается вслед за технологичностью коммерческих взаимоотношений и глобализацией бизнеса. Стремление холдингов

участвовать не только в национальном бизнес-сегменте, но и мировом, вызывает тенденцию к увеличению нагрузки на структуры, ответственные за подготовку корпоративной финансовой и управленческой отчетности. Определена тенденция на интеграцию учетных систем и консолидацию в единую информационную платформу или центр обслуживания. Стремительно растущие требования к сокращению сроков публикации консолидированной отчетности, ее глубине, наполняемости вступают в противоречие с разрозненным использованием прикладных решений.

Выводы

Необходимо проведение аудита существующей финансовой и управленческой системы учета, разработки и

внедрения холдингами современных специализированных учетных бухгалтерских программ, настроенных для работы разветвленной структуры по единым корпоративным правилам и стандартам. Нужно ввести в структуру холдинга должность методиста по финансовому учету. Во-первых, это поможет бухгалтерам внутрихолдинговых компаний разной квалификации и уровня подготовки вести учетные данные в едином высоком стандарте качества, т. к. будут систематизированы аналитические справочники, классификаторы доходов и расходов и требования к оформлению документов. Во-вторых, сократит время и трудозатраты на формирование корпоративной управленческой отчетности и усилит контроль за показателями отчетных данных. В-третьих, позволит на базе одного прикладного решения сблизить и вести одновременно бухгалтерский учет по стандартам РСБУ и МСФО. Данные рекомендации позволят проводить дальнейшую цифровизацию финансового и управленческого учета корпоративного бизнеса и облегчат дистанционное электронное взаимодействие внутри периметра группы и с внешними пользователями.

Библиографический список

1. *Фомин, В. П.* Методология формирования и анализа сбалансированных показателей развития хозяйствующего субъекта : дисс. д.э.н. — Самара, 2008.
2. *Обущенко, Т. Н.* Определяем базовые, специальные и ключевые профессиональные компетенции // Актуальные проблемы экономики, менеджмента, маркетинга : сб. материалов конф. — Самара, 2017. — С. 184–188.
3. Анализ уровня цифровизации в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://ria.ru>.
4. *Бозаник, Ж., Роулстон, Д. Т., Ван Баскирк, А.* Управленческие прогнозы доходов и прочие прогнозные отчеты // Бухгалтерский учет и Экономика. — 2018. — Вып. 1. — Т. 65. — С. 1–20.

5. *Потокина, Е. С.* Перспективы развития электронной обработки показателей финансовой и налоговой отчетности в холдинговых компаниях в условиях информационно-цифрового пространства // Вестник СГЭУ. — 2018. — № 8 (166). — С. 56–65.

6. *Вовченко, Н. Г., Галазова, С. С., Губин, Н. П.* Совершенствование государственного регулирования предпринимательской деятельности в России // Модернизация предпринимательских систем регионов России как фактор экономического роста: тенденции, вызовы, модели и перспективы. — Ростов н/Д, 2018. — С. 113–131.

Bibliographic list

1. *Fomin, V. P.* Methodology of formation and analysis of balanced indicators of development of economic entity : diss. — Samara, 2008.
2. *Obushchenko, T. N.* Describe basic, special and key professional competences // Current problems of economy, management, marketing : materials of conf. — Samara, 2017. — P. 184–188.
3. Analysis of level of digitalization in Russia [Electronic resource]. — Mode of access : <https://ria.ru>.
4. *Bozanik, Zh., Roulston, D. T., Wang Baskirk, A.* Administrative forecasts of income and other expected reports // Accounting and Economy. — 2018. — Issue 1. — Vol. 65. — P. 1–20.
5. *Potokina, E. S.* Prospects of development of electronic processing of indicators of financial and tax reports in holding companies in conditions of information and digital space // Bulletin of SSUE. — 2018. — № 8 (166). — P. 56–65.
6. *Vovchenko, N. G., Galazova, S. S., Gubin, N. P.* Improvement of state regulation of business activity in Russia // Modernization of enterprise systems of regions of Russia as a factor of economic growth: trends, calls, models and prospects. — Rostov-on-Don, 2018. — P. 113–131.

Е. М. Суржикова

СОСТОЯНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ СТРАХОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация

Рассмотрены основные аспекты современного рынка страхования в России и в регионах, определены тенденции страхового рынка, влияющие на развитие страховой сферы. Выявлен ряд проблем, которые сдерживают развитие региональных страховых компаний. Проведен анализ динамики рынка страховых услуг на примере Южного федерального округа, выявлены сегменты страхования, которые активно поддерживаются кредитными организациями. Сделаны выводы о необходимости равномерного развития экономической и социальной сферы, для уравнивания доли регионального страхового рынка с центральной частью России.

Ключевые слова

Страхование, региональный рынок страхования, страховые премии, цифровизация страхования, личное страхование.

Е. М. Surzhikova

CONDITION OF REGIONAL INSURANCE MARKETS IN RUSSIAN FEDERATION

Annotation

The main aspects of modern insurance market in Russia and in regions are reviewed; trends in insurance market and key problems affecting the development of insurance industry are identified. Number of problems which constrain development of regional insurance companies are revealed. Analysis of dynamics of market of insurance services on example of Southern Federal District is carried out; insurance segments which are actively supported by credit institutions are revealed. Conclusions are drawn on need of uniform development of economic and social sphere, for equilibration of a share of regional insurance market with central part of Russia.

Keywords

Insurance, regional insurance market, insurance premiums, insurance digitalization, personal insurance.

Введение

В настоящее время рынок страхования демонстрирует активное развитие, оказывая влияние на все сферы деятельности человека. Немаловажную роль в его развитие внес процесс глобализации, который стимулирует развитие крупного бизнеса не только на отечественном, но и на мировом рынках. С возникновением крупных международных компаний появилась также необходимость в совершенствовании страхования бизнеса, в чем заинтересованы не только владельцы крупнейших компа-

ний, но и сами государства, на территории которых они находятся. Более того, малый бизнес также нуждается в страховой поддержке для снижения различных рисков, которые могут возникнуть независимо от человеческого фактора. Страхование, как предпринимательская деятельность, также направлено на решение социальных задач, обеспечивающее безопасность населения страны.

Несмотря на динамично развивающийся рынок страхования в России, региональная составляющая не является столь эффективным финансовым инсти-

тутом. Важно отметить, что основные региональные факторы развития страхования — это качество жизни населения, его ментальность, экономическое состояние региона и стремление региона развивать рынок страхования на своей территории [1].

Материалы и методы

В качестве методов исследования в данной статье использованы подходы, позволяющие анализировать статистические данные, характеризующие экономические показатели рынка страхования. Методической основой послужили общенаучные методы познания: группировки, сравнения, логического анализа, обобщения, синтеза полученной информации. В статье использовались законодательные и нормативные акты в сфере регулирования страховой деятельности.

Результаты

Региональный рынок страхования, представляет собой рынок, объединяющий страховые компании определенного региона, участниками которого являются организации, а их сфера деятельности распространяется на страховой рынок отдельного региона [1]. Его деятельность в значительной мере регулируется на государственном уровне, а на его развитие оказывают влияние рыночные тенденции и, прежде всего, состояние экономики определенного региона. Анализ показывает, что основная часть страховых выплат приходится на Центральный федеральный округ, а остальная — сосредоточена в регионах. Данная тенденция объясняется тем, что регионы не настолько экономически и социально развиты, как центральная часть России, при этом, финансовые возможности населения регионов также не позволяют оплачивать страховые взносы, особенно это касается добровольного страхования.

Обсуждение

Региональные страховые компании имеют ряд других проблем, кото-

рые сдерживают их развитие. Во-первых, регулятивная нагрузка на региональные компании достаточно высока, так как им необходимо предоставлять все отчеты по работе компании в установленные сроки. К примеру, актуарное заключение, которое было введено в 2013 г. требует большого объема работы, а в регионах присутствует нехватка квалифицированных специалистов. Из этого следует то, что крупные развитые компании способны предоставить все данные вовремя, равномерно распределяя документарную нагрузку, но региональные страховщики не имеют такой возможности, что создает дополнительные трудности в их функционировании.

Вторая проблема — это конкуренция. В данном случае снова остаются в более выгодном положении крупные страховщики, открывая свои филиалы в регионах России. Лидеры страхового рынка имеют положительную динамику, репутацию и вызывают доверие у страхователей, поэтому предпочтение в регионах отдается именно филиалам компаний-лидеров.

Третья проблема вытекает из предыдущей. Спрос у региональных страховых компаний в связи с конкуренцией остается невысоким, что чревато приостановлением их деятельности и неспособностью занять твердую позицию на рынке.

В настоящее время отмечается тенденция цифровизации страховой деятельности. Безусловно, это оказывает положительное влияние на развитие рынка страховых услуг, но одновременно доставляет трудности для региональных специалистов ввиду того, что не всегда нововведения так же доступны для регионов, как и для центрального округа.

В целом, по России отмечается положительная динамика страхового рынка, однако не все его сегменты показывают стремительный рост премий и сборов (рис. 1) [5].



Рисунок 1 — Диаграмма доли сегментов страхования в 2017–2018 гг.

Лидирующим сегментом на рынке страхования является страхование жизни, которое в 2018 г. увеличилось на 4 %. Данный вид страхования активно поддерживается кредитными организациями и относительно невысокими ставками по депозитам. Страхование жизни дает возможность и гарантию того, что в будущем, если произойдет несчастный случай, деньги будут выплачены выгодоприобретателю. Данный вид страхования подразумевает не только уход из жизни, а предоставляет большие возможности в виде накопления на запланированные траты и прибавку к пенсии, поэтому и является наиболее популярным видом, так как большая часть населения нуждается в помощи, при несчастных случаях, от которых себя сложно обезопасить. Личное страхование и страхование жизни тесно взаимосвязаны, однако, обязательное личное страхование занимает почти наименьшую долю на всем рынке и имеет тенденцию к снижению количества премиальных выплат. Это связано с тем, что все виды добровольного страхования имеют спектр услуг гораздо шире того, что может быть предложено видами обязательного страхования. Таким образом, для населения предпочтительнее застраховать свою жизнь и здоровье на добровольной основе, чтобы быть более уверенными в завтрашнем дне [2].

Состояние динамики крайне зависит от экономической ситуации в стране, роста инфляции и финансовых возможностей населения, особенно в

регионах. Проведем анализ на примере Южного федерального округа. ЮФО является достаточно крупным регионом России, но при этом, на данный регион приходится небольшая доля страховых выплат и премий, на 2018 г. она составила 4 % от общего объема рынка страхования в России [4].

Максимальный прирост премий в ЮФО наблюдается в сегменте страхования жизни. За 2018 г. темпы роста страхового рынка ЮФО достигли 16 %: объемы премий по КАСКО и страхования от несчастных случаев увеличились на 12 %. Отрасль добровольного медицинского страхования также продемонстрировала положительные результаты, темпы прироста по которой составили 10 %.

Таким образом, страхование в ЮФО развивается в основном за счет наибольшего спроса на рынке страхования жизни. Данный сегмент лидирует и в целом по России, что связано в основном с увеличением объемов ипотечного кредитования, которое, в большинстве случаев предлагает и ипотечное страхование. Сегодня, многие банки заинтересованы в страховании и активно развивают данную сферу, делая выгодные предложения, наряду с кредитами и ипотеками. Примером может являться лидер рынка страхования — «Сбербанк страхование жизни», который предлагает множество программ, связанных со страхованием жизни и имущества. Рассмотрим лидирующие регионы в Южном федеральном округе (табл. 1) [5].

Таблица 1 — Сборы страховщиков в субъектах ЮФО, январь-март 2018 г.

№	Регион ЮФО	Объем страховых премий, млн руб.
1	Краснодарский край	6826
2	Ростовская область	3867
3	Волгоградская область	2422
4	Астраханская область	1528
5	Республика Крым	243
6	Республика Адыгея	108
7	Республика Калмыкий	72
8	Город Севастополь	27

Согласно данным таблице 1, Краснодарский край занимает первое место в рейтинге по ЮФО, что объясняется его стремительным экономическим и социальным развитием за последние годы, которое превысило лидирующую ранее Ростовскую область. Менее экономически и социально развитые регионы, находятся на последних строчках, соответственно, в связи с тем что для

развития любой сферы деятельности, необходимы соответствующие ресурсы, такие как финансовые, наличие высококвалифицированных специалистов, доступ к новым технологиям, информации и знаниям, которые способствуют повышению уровня предоставляемых услуг, а также высокий уровень конкурентоспособности. В целом ЮФО занимает 6-е место (табл. 2).

Таблица 2 — Сведения о страховых премиях по федеральным округам за 2017–2018 гг., руб.

Место в рейтинге	Федеральный округ	2017 г.	2018 г.
1	Центральный ФО	756 914 871	885 518 592
2	Приволжский ФО	146 672 401	168 644 133
3	Северо-Западный ФО	122 098 775	137 094 692
4	Уральский ФО	75 794 444	87 227 624
5	Сибирский ФО	74 626 501	78 226 255
6	Южный ФО	56 174 704	67 472 382
7	Дальневосточный ФО	32 616 312	39 370 048
8	Северо-Кавказский ФО	12 649 641	14 788 603
Итого		1 277 547 649	1 478 342 326

Очевидно, что лидирующим регионом, безусловно, является Центральный федеральный округ, который наиболее близок к доступу современных новшеств в сфере страхования, при этом, активно развивается и экономика данного округа. Доступ ко всем необходимым ресурсам, позволяющим совершенствовать страховой рынок, дает возможность оставаться ЦФО лидером на рынке страхования.

Что касается ЮФО, несмотря на шестую позицию в рейтинге, отмечается положительная динамика, по сравнению

с предыдущим годом (темп развития составил 16 %). С такой динамикой ЮФО в страховой сфере может укрепить свои позиции и занять верхние строчки рейтинга. Первое место, безусловно, занимает ЦФО, в связи с тем, что столица сосредотачивает в себе все крупные компании, являясь первооткрывателем нововведений и инноваций, охватывающих все сферы, в том числе и сферу страхования [3]. Второе место занимает Приволжский ФО, экономика которого является достаточно развитой в связи с добычей нефти, наличием 13 % ее запа-

сов от всех запасов России. При этом ПФО является экспортером различных продуктов, в том числе и нефти. В связи с этим экономическая развитость регионов и позволяет развивать социальные сферы жизни и сферу страхования.

Выводы

Можно констатировать сходство тенденций рынка страховых услуг Южного федерального округа и в целом по России. Современная экономическая ситуация в стране и в мире в целом, оказывает серьезное влияние на рынок страхования, поэтому экономическая стабильность — это тот критерий, который напрямую влияет на вектор его развития. Регионы отражают динамику сегментов рынка страхования, лидером рынка по-прежнему является страхование жизни, также имеются проблемы со страхованием по КАСКО, в связи с тарифным изменением по ОСАГО и снижении приобретения новых автомобилей. Ситуации отдельных сегментов также могут меняться в связи с различными нововведениями, которые происходят на рынке страхования. Они могут быть связаны с изменением тарифов, с новыми выгодными предложениями или, наоборот, некоторые нововведения и законы могут отрицательно сказаться на спросе.

Проведенный анализ состояния региональных рынков страхования показал, что по статистике данные рынки показывают приблизительно одинаковую картину, что и общероссийский рынок страхования, однако страхование в регионах не столь развито, как в Центральном округе. Перечисленные проблемы замедляют их развитие и препятствуют работе небольших региональных компаний, предпочтение которым отдается в меньшей степени, нежели крупным иностранным или российским компаниям. Для развития рынка страхования в регионах необходимо параллельно развивать экономиче-

скую и социальную сферу, чтобы сравнять доли страхового рынка регионов с центральной частью России.

Библиографический список

1. *Быканова, Н. И., Черкашина, А. С.* Страховой рынок России: проблемы и направления развития // Молодой ученый. — 2017. — № 10. — С. 204–207.
2. *Матвеев, М. А.* Анализ современного состояния российского страхового рынка [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.vectoreconomy.ru>.
3. Рост страхового рынка в России резко ускорился [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.rbc.ru>.
4. Страховой рынок Краснодарского края лидирует на Юге [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.expertsouth.ru>.
5. Центральный Банк России [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.cbr.ru>.

Bibliographic list

1. *Bykanova, N. I., Cherkashina, A. S.* Insurance market of Russia: problems and directions of development // Young Scientist. — 2017. — № 10. — P. 204–207.
2. *Matveev, M. A.* Analysis of modern condition of Russian insurance market [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.vectoreconomy.ru>.
3. Growth of insurance market in Russia accelerated sharply [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.rbc.ru>.
4. Insurance market of Krasnodar Territory leads in South [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.expertsouth.ru>.
5. Central Bank of Russia [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.cbr.ru>.

Е. А. Шароватова, Е. В. Ноздрачѳва

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К КОМПЕТЕНЦИЯМ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ УЧЕТА НА РЫНКЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УСЛУГ

Аннотация

В статье поставлена проблема систематизации основных требований к знаниям специалистов в области учета, финансов и экономики с учетом влияния на эти требования современных информационно-коммуникационных технологий. В качестве основополагающих выводов для обобщения требований к знаниям специалистов привлечены материалы самого крупного в России сайта по поиску работы и сотрудников в мире — HeadHunter.ru.

На примере данных рынка труда по Ростовской области приведено распределение вакансий по субъектам ЮФО и в целом по России на примере вакансий профессиональных бухгалтеров. Сделан вывод о предъявлении к работникам учета знаний в области финансов и экономики. На основе анализа требований работодателей к знаниям бухгалтеров на примере Ростовской области выделены ключевые из них. В результате анализа рынка вакансий выявлены альтернативные требования к специалистам в сфере экономики: вакансии, ориентированные чисто на операционные трудовые функции и вакансии, ориентированные на комплексные знания в области бухгалтерского учета, финансов и экономики.

Ключевые слова

Рынок труда, знания, компетенции, учет, финансы, экономика, предпринимательство.

Е. А. Sharovatova, E. V. Nozdrachiova

MODERN REQUIREMENTS TO COMPETENCE OF SPECIALISTS IN FIELD OF ACCOUNTING IN MARKET OF PROFESSIONAL SERVICES

Annotation

Article raises the problem of systematizing the basic requirements for knowledge of specialists in field of accounting, finance and economics, taking into account the impact of modern information and communication technologies on these requirements. Fundamental conclusions to summarize the requirements for knowledge professionals attracted by materials of Russia's largest website for job search and employees in world — HeadHunter.ru.

Data of labour market in Rostov region shows the distribution of vacancies in subjects of Southern Federal district and in Russia as a whole, for example, vacancies for professional accountants. Conclusion about the presentation of accounting knowledge to employees in field of finance and economics. Based on the analysis of requirements of employers to knowledge of accountants on example of Rostov region identified the key ones. As result of analysis of job market, alternative requirements for specialists in field of Economics are revealed: vacancies focused purely on operational labor functions and vacancies focused on comprehensive knowledge in field of accounting, finance and economics.

Keywords

Labor market, knowledge, competence, accounting, finance, economics, entrepreneurship.

Введение

В настоящее время спрос на экономические специальности характеризуется своими особенностями, которые стали следствием продвижения на государственном уровне развития информационно-коммуникационных технологий на долгосрочный период [1]. Такая поддержка нацелена на повышение качества учетно-экономической информации «путем построения новой модели организации информационного пространства, обладающего свойствами управления неопределенностью и саморазвития» [2, с. 83]. Не последняя роль в этом направлении отводится автоматизации функций управления, в т. ч. учетных, финансовых и экономических. Это приводит к тому, что, с одной стороны, автоматизация постоянно повторяющихся функций по учету и формированию разного рода системной экономической информации привела к увеличению потребностей в операционной работе по сортировке первичной документации, а также выборке необходимой документальной базы для проведения регламентных расчетно-экономических операций. К таким операциям относятся регламентные работы по начислению амортизации, начислению заработной платы, страховых взносов, распределению косвенных расходов, операций по расчету себестоимости по заранее заданному алгоритму, формированию различных налогов и пр. При этом существенная часть операций в программных продуктах по формированию бухгалтерской и управленческой отчетности формируется в типовых учетных модулях, настройка которых осуществляется в момент приобретения таких продуктов. Зачастую сами разработчики учетных платформ несут ответственность за настройку «меню» в программных продуктах и ее актуализацию в связи с изменением действующих стандартов и законодательных норм.

С другой стороны, присутствует доля операций, не являющихся систем-

ными и сопровождающиеся неопределенностью при выборе экономической информации для принятия решений в отношении таких операций. К таким операциям относятся выбор базы для распределения косвенных расходов, выбор информационных сегментов в отношении доходов и расходов для принятия разнообразных управленческих решений, выбор формата управленческих отчетов, распределение финансовой ответственности за результаты управления коммерческими сегментами, выбор оценочных показателей для организации системы мотивации персонала, построение алгоритма расчета полуфабрикатной себестоимости и пр. Выбор информационного обеспечения для решения таких задач в автоматизированных технологиях предусмотрен только в ручном режиме и зависит от индивидуальных знаний руководителей. Несмотря на минимальный объем таких операций в составе типично повторяющихся операций, именно от их результата зависит эффективность коммерческого менеджмента, рентабельность бизнеса и гарантия получения добавленной стоимости на вложенный капитал. Такая особенность в развитии информационно-коммуникационных технологий подтверждает устойчивый спрос на высококвалифицированных представителей учетно-экономических специальностей на современном рынке труда. Массовость пополнения рынка труда новыми кадрами, которые сегодня поставляют высшие учебные заведения в области экономики, сопровождается особыми требованиями со стороны работодателей к таким кадрам.

Материалы и методы

В статье использован аналитический метод, позволяющий систематизировать основные требования к знаниям специалистов в области учета, финансов и экономики с учетом влияния на эти требования современных информационно-коммуникационных технологий. В качестве основополагающих выводов для обобщения требований к знаниям специ-

алистов привлечены материалы самого крупного в России сайта по поиску работы и сотрудников в мире — Head Hunter.ru. На примере данных рынка труда по Ростовской области приведено распределение вакансий по субъектам ЮФО и в целом по России на примере вакансий профессиональных бухгалтеров.

Результаты

По результатам анализа кадрового потенциала в области учета на примере Ростовской области можно составить «профессиональный портрет» современного соискателя в указанной сфере, что обобщено на рисунке 1.

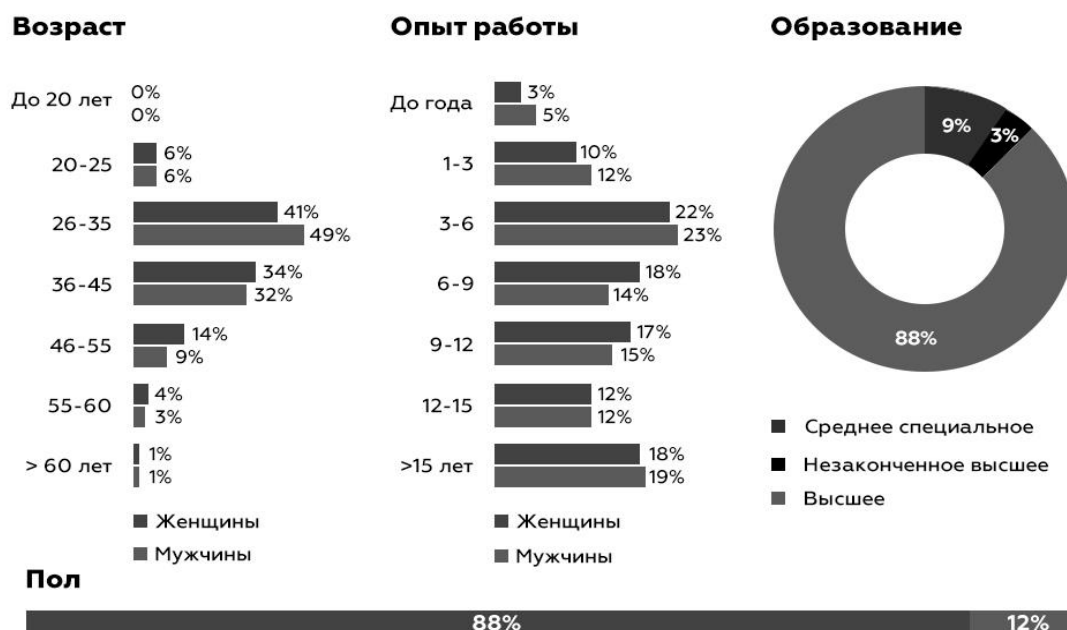


Рисунок 1 — Портрет соискателя в сфере бухгалтерского учета в Ростовской области

Как видно из данных рисунка 7, большую часть соискателей, а именно, 88 %, составляют женщины. Что касается возрастной категории, то более всего в данной сфере ищут работу специалисты в возрасте от 26 до 35 лет (41 % женщин и 49 % мужчин). В возрасте от 20–25 лет таких всего 6 % (как женщин, так и мужчин). Обобщения в части опыта работы выявили, что большую часть рынка соискателей в данной сфере представляют люди с опытом работы от 3 до 6 лет (22 % женщин и 23 % мужчин), а также люди с опытом работы свыше 15 лет (18 % женщин и 19 % мужчин). С опытом работы до года предлагают свои услуги в сфере учета и финансов всего 3 % женщин и 5 % мужчин. Наконец, обобщения в части образования соискателей выявили, что у 88 % претендентов имеется высшее об-

разование, у 9 % — среднее специальное и у 3 % — незаконченное высшее. В целом же профессия бухгалтера оправданно расценивается как сложная работа, требующая многогранных знаний в области учета, финансов и экономики.

Исследование

Особым статусом на рынке труда выделяются требования к претендентам на замещение вакантных должностей главных специалистов: главного бухгалтера, финансового директора, главного экономиста. Причиной тому в последние годы является обновление их трудовых функций и расширение спектра задач профессиональной деятельности. Современному бухгалтеру, экономисту, финансисту необходимо специализироваться в области финансового, управленческого, налогового, бюджетного и банковского учета, а также ауди-

торской, педагогической и научно-исследовательской деятельности.

Одной из задач профессионалов в области экономики является участие в формировании и реализации корпоративных стандартов организации (учетной политики, регламентов по бюджетированию, мотивации, системе внутреннего контроля и др.), которые позволяли бы выделить именную ответственность за результаты коммерческой деятельности и мотивировать персонал на положительную динамику прибылеобразующих показателей. Чем масштабнее бизнес, тем большие требования предъявляются к знаниям специалистов в области экономики. Особый статус многопрофильных знаний подтверждает проведенное исследование вакансий специалистов в области экономики на примере Ростовской области и Южного Федерального округа на базе данных самого крупного сайта по поиску работы и сотрудников в мире — HeadHunter.ru. На данном сайте можно найти свыше 500 тысяч актуальных предложений по работе и более 25 млн резюме соискателей. Сегодня напря-

женность на рынке труда в России составляет 50 резюме на одну вакансию. Каждому соискателю предлагается возможность воспользоваться очень удобной поисковой системой, узнать о новостях на рынке труда, познакомиться с обновляемым каталогом зарплат, получить помощь специалиста в режиме онлайн, создать профессиональное резюме, а также узнать о всевозможных курсах обучения и повышения квалификации и посетить раздел исследований. Для поиска лучшей вакансии предоставлены различные фильтры: регион, место расположения предприятия, заработная плата, профессиональная область, отрасль компании, опыт работы, тип занятости и график работы. Помимо прочего, данный сайт очень полезен и для работодателей, которые могут сделать вывод о предъявляемых к соискателям требований и навыков со стороны иных работодателей.

В целом распределение вакансий и требований к соискателям по субъектам ЮФО на примере вакансий профессиональных бухгалтеров представлено на рисунке 2.



Рисунок 2 — Рынок вакансий в сфере бухгалтерского учета в ЮФО

Как видно из рисунка 2, 1-е место в составе Южного федерального округа по предложенным вакансиям занимает Краснодарский край, на которые приходится 38 % всех вакансий в сфере бухгалтерского учета. Ростовская область занимает 2-е место (32 %) среди всех субъектов ЮФО. Третье место по уровню вакансий, после Ростовской области, занимает Республика Крым, четвертое место — Волгоградская область. На каждый из этих субъектов приходится около 13 % объема вакансий в сфере учета финансов для коммерческого сектора экономики. Менее 1 % вакансий приходится на республику Калмыкии. Сосредоточенность бизнеса по субъектам округа напрямую связана с объемом вакансий: чем больше коммерческая активность субъекта, тем больше рынок вакансий. Это же подтверждает рынок вакансий ведущих регионов России в сфере профессиональных бухгалтеров (рис. 3).

Ведущими регионами России по предлагаемому вакансиям в сфере учета и финансов является Москва, на которую приходится около 51% рынка вакансий и Санкт-Петербург — 18%. Третье место занимает Московская область — 9 %, четвертое — Республика Татарстан — 6 %, далее идут Краснодарский край и Нижегородская область. На Ростовскую область приходится около 5 % вакансий среди всех субъектов РФ в указанной сфере.

При этом в Ростовской области меньшая потребность в экономистах объясняется наличием нескольких крупных профильных вузов, осуществляющих подготовку специалистов в области экономики по двухступенчатой системе подготовки кадров: бакалавриат и магистратура. Вакансии в сфере бухгалтерского учета имеют возможность более быстрыми темпами закрывать имеющиеся вакансии.

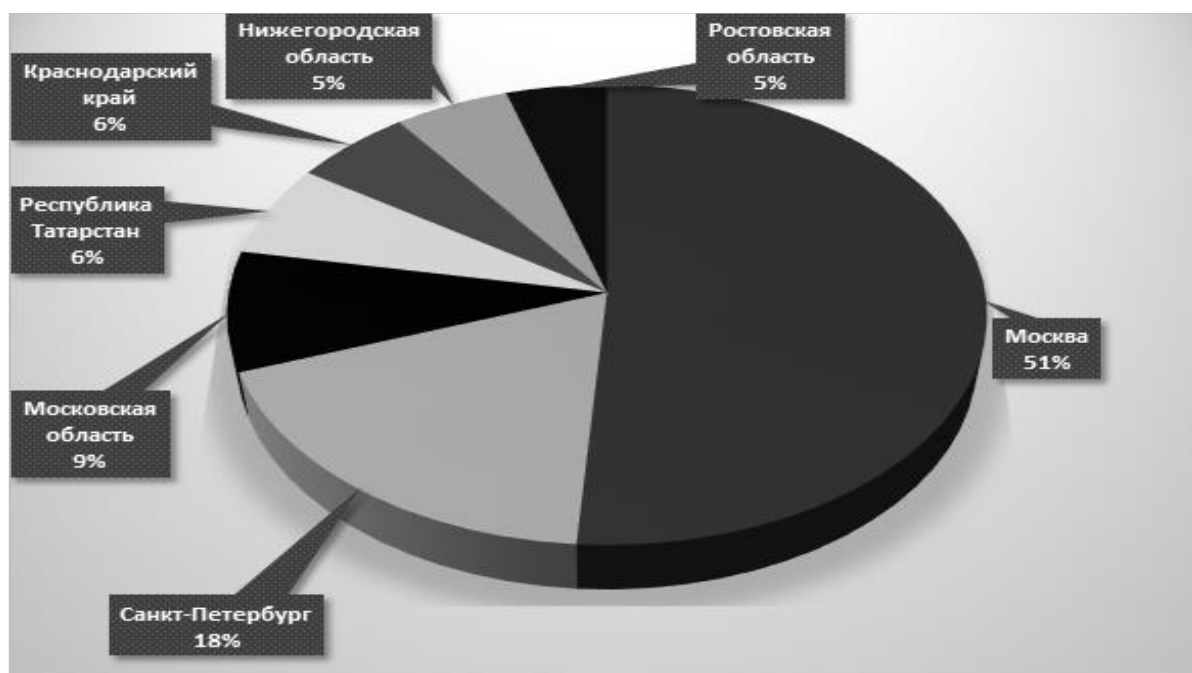


Рисунок 3 — Распределение вакансий в сфере бухгалтерского учета в ведущих регионах России

Уровень заработной платы играет немаловажную роль в процессе выбора профессии и стремлении позиционировать себя в этой области. На рисунке 4

систематизирована заработная плата по ее уровню на примере вакансий бухгалтеров в разрезе субъектов ЮФО (в руб.).

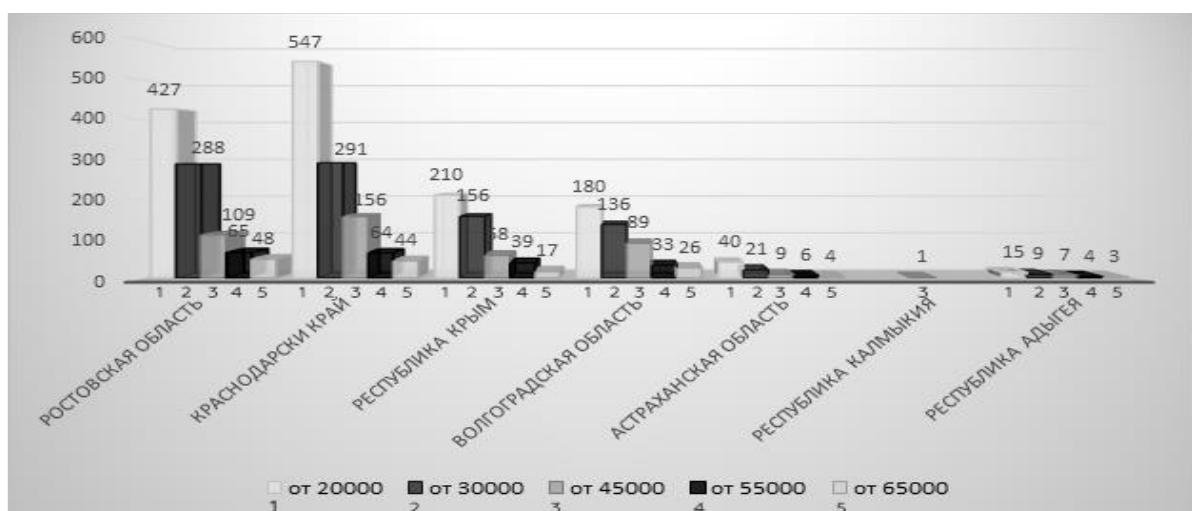


Рисунок 4 — Уровень заработной платы бухгалтеров в разрезе субъектов ЮФО

В данной профессиональной области наблюдается наибольшее предложение вакансий для бухгалтера с заработной платой от 20 до 25 тыс. рублей во всех регионах Южного Федерального округа, что объясняется большей потребностью в менее квалифицированных бухгалтеров, исполняющих функции по обработке первичных документов или иные счетоводческие функции. При этом чем выше уровень предлагаемой заработной платы, тем меньше количество предлагаемых вакансий в сфере учета и финансов. Такую тенденцию можно связать с тем, что в ЮФО большое количество малого и среднего бизнеса, где востребованы сотрудники с относительно небольшим уровнем оплаты труда. Тенденция имеет положительную динамику по мере приближения к крупным городам, что характерно для любого региона страны.

Вакансии на рынке бухгалтерских услуг отличаются требованием к наличию различных знаний у претендентов на должность бухгалтера. Стоит отметить, что особенности работодателей стали предметно выражать альтернативные требования к объемности знаний, ориентированные на узкоспециализированную и широко специализированные функции. Еще несколько лет назад вакансии были в основном ориен-

тированы на профессию бухгалтер без такой детализации, хотя такие потребности имеют место быть и сейчас. На рисунке 4 представлено распределение требований к знаниям бухгалтеров на примере Ростовской области.

Как видно из данных рисунка 5, к бухгалтерам предъявляются требования знаний приемов планирования и бюджетирования (7 %), приемов финансового анализа, финансового контроля и финансового менеджмента (9 %), экономиста (7 %), аудита (19 %). Это подтверждает повышение статуса бухгалтера, который обладая своими непосредственно профессиональными компетенциями по учету и формированию отчетности, способен выстраивать технологию учета в сфере управления, финансового и управленческого анализа, бюджетирования и контроля. Часть работодателей удовлетворились бы знаниями в конкретных областях: кассира-инкассатора (7 %), учета счетов на оплату и платежей (7 %), калькулирования и расчета себестоимости (15 %), ведения первичной документации (10 %), учета заработной платы (2 %), учета МПЗ (4%), учета основных средств (2 %). Также востребованы бухгалтеры со знанием всех участков бухгалтерского учета (19 %).



Рисунок 5 — Специализация рынка бухгалтерских услуг РФ

Специалисты в области бухгалтерского учета востребованы в любой сфере предпринимательства. Подтвержде-

ние востребованности бухгалтеров по всем сферам предпринимательства обобщено на рисунке 6.

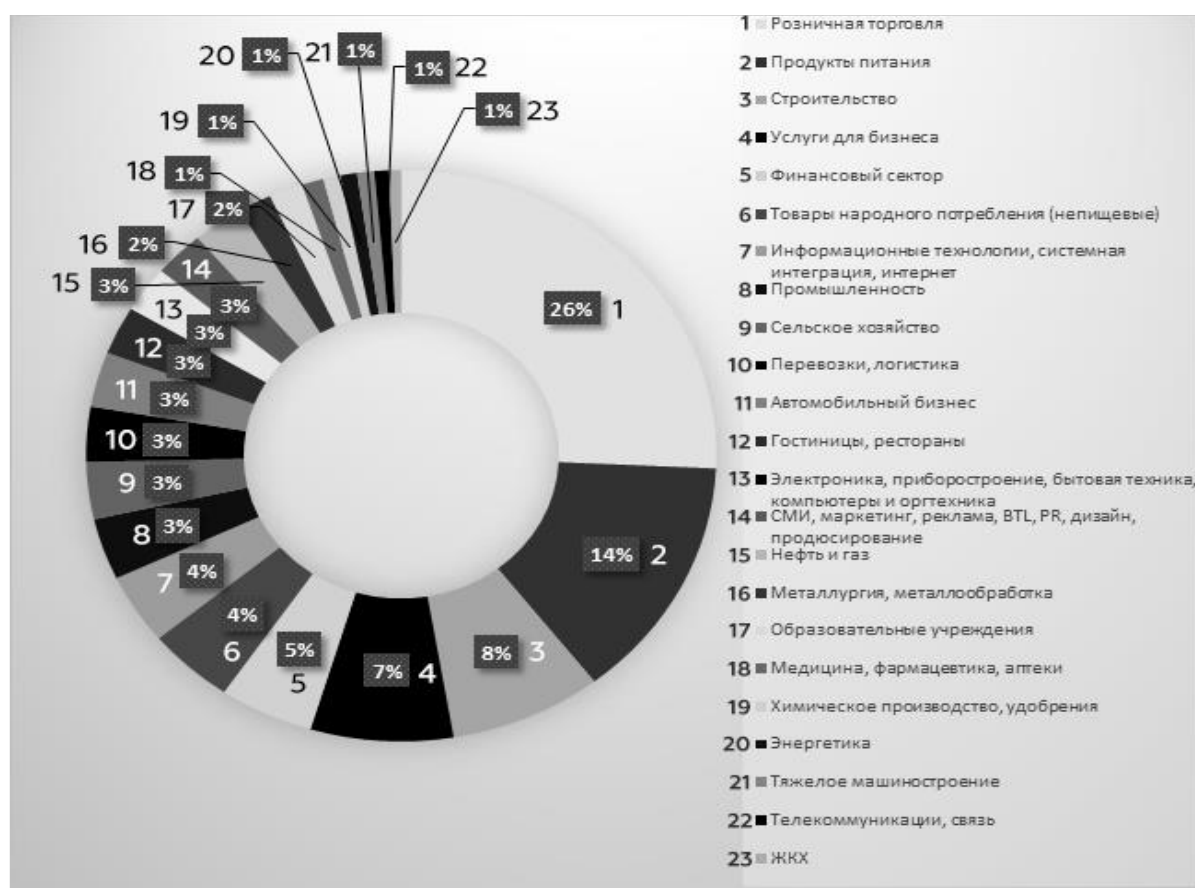


Рисунок 6 — Рынок бухгалтерских услуг в Ростовской области в разрезе отраслевого предпринимательства

Теоретические знания учетных различий в связи с отраслевой спецификой производства расширяются и совершенствуются уже в прикладной деятельности специалистов. Так, наибольшее количество вакансий в сфере бухгалтерских услуг в Ростовской области требуется в розничной торговле — 26 %, производстве продуктов питания — 14 %, строительстве — 8 %. Наименьшую долю рынка бухгалтерских услуг в разрезе отраслевых сегментов занимает хими-

ческое производство, энергетика, тяжелое машиностроение, телекоммуникации, ЖКХ (около 1 %).

Многие работодатели при выборе претендента на рабочее место принимают во внимание не только его профессиональные качества, но и опыт работы. На рисунке 7 на примере Ростовской области структурированы требования работодателей к опыту работы претендентов в области бухгалтерского учета.

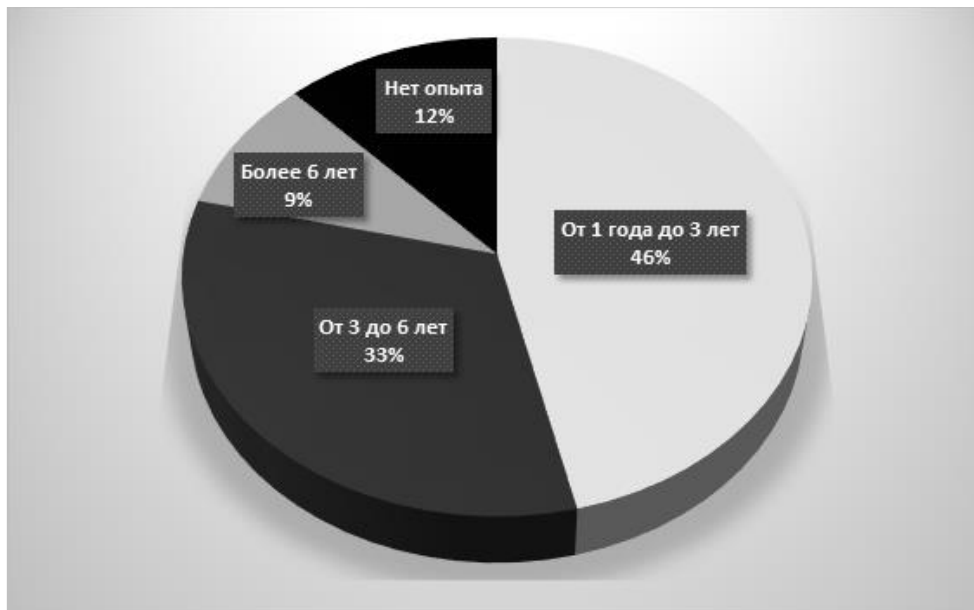


Рисунок 7 — Требования работодателей Ростовской области к опыту работы претендентов в сфере бухгалтерского учета

Как показали результаты анализа потребностей в сфере учета и финансов (рис. 6), на первом месте по востребованности находятся специалисты с опытом работы от 1 до 3 лет — 46 %, с опытом работы от 3 до 6 лет — 33 %, более 6 лет — 9 %, без опыта работы — 12 %.

Выводы

Профессионалы в области учета является довольно востребованной профессией для предпринимательства, которое выставляет достаточно большое количество вакансий с различными к ним требованиями. На современном рынке вакансий наблюдается два отличных друг от друга набора требова-

ний к компетенциям бухгалтера. С одной стороны, это подтверждает готовность работодателей использовать труд бухгалтера для исполнения одной-двух узконаправленных функций, игнорируя его остальные профессиональные знания. Это в большей степени позиционирует бухгалтера как технического работника по вводу первичной документации или операционного работника по конкретному участку. Такие требования работодателя изначально ориентируют бухгалтера на счетоводческие особенности его будущей работы, минимизируя надежду соискателя на профессиональный труд бухгалтера в организации.

С другой стороны, немалая часть работодателей в поиске бухгалтера предъявляет требования к знаниям не только его непосредственно профессиональной деятельности как бухгалтера, но и к знаниям в области менеджмента, финансового и управленческого анализа, в области планирования или бюджетирования. Например, на рынке бухгалтерских услуг ЮФО практически каждая пятая вакансия отмечена необходимостью в знаниях всех участков управления экономикой организации. Также наблюдается четкое расслоение вакансий по отраслевым рынкам, что четко ориентирует бухгалтера на необходимость познаний в том или ином бизнесе. Это обязывает бухгалтера систематически повышать свои познания и расширять круг профессионально-отраслевых компетенций. На этом фоне уровень оплаты труда профессионалов в области учета зависит от многих факторов, таких как профессиональные знания и компетенции, опыт работы, образование (среднее специальное, незаконченное высшее, профильное высшее), уровень владения компьютерными программами, а также от масштабов самой предпринимательской деятельности и региона ее реализации.

Библиографический список

1. О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. : [Распоряжение Правительства РФ № 1662-р от 17.11.2008 (ред. от 28.09.2018)].

2. Сидорова, М. И. Современные технологии, как неотъемлемый элемент современной модели бухгалтерского учета // Учет. Анализ. Аудит. — 2015. — С. 82–92.

3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.gks.ru>.

4. Работа, вакансии, база резюме, поиск работы на HeadHunter (hh.ru) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://hh.ru>.

5. Энциклопедия экономиста [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.grandars.ru>.

Bibliographic list

1. About Concept of long-term social and economic development of Russian Federation for period till 2020 : [Order of Government of Russian Federation № 1662-p from 17.11.2008 (ed. from 28.09.2018)].

2. Sidorova, M. I. Modern technologies as integral element of modern model of accounting. // Accounting. Analysis. Audit. — 2015. — P. 82–92.

3. Federal service of state statistics [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.gks.ru>.

4. Jobs, vacancies, resume database, job search on HeadHunter (hh.ru) [Electronic resource]. — Mode of access : <https://hh.ru>.

5. Encyclopedia of economist [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.grandars.ru>.

НАШИ АВТОРЫ

Контактная информация авторов журнала
«Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)»

№ 2 (66), ИЮНЬ, 2019

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

Альбеков А. У. — д. э. н., профессор, президент ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Андропова И. В. — д. э. н., профессор кафедры международных экономических отношений Российского университета дружбы народов.

E-mail: aiv1207@mail.ru.

Борзенко К. В. — аспирант ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Гиссин В. И. — д. э. н., профессор кафедры товароведения и управления качеством ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: givi41@mail.ru.

Кобилев А. Г. — д. э. н., профессор, зав. кафедрой управления ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет».

Копылова Ю. В. — аспирант кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Кузнецов Н. Г. — д. э. н., профессор, зав. кафедрой экономической теории ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: umu@rsue.ru.

Левицкая А. С. — магистрант 2-го курса ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: custom@unity-rus.com.

Малюга А. Л. — к. э. н., доцент кафедры финансов ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Миронова О. А. — к. э. н., доцент кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: lady.sensey2010@yandex.ru.

Пархоменко Т. В. — д. э. н., профессор кафедры коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Полуботко А. А. — д. э. н., профессор, зав. кафедрой коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Пономарёва М. А. — д. э. н., профессор кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: yuma@list.ru.

Пржедецкая Н. В. — д. э. н., профессор кафедры экономической теории ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Пржедецкий Ю. В. — д. м. н., профессор ФГБУ «Ростовский научно-исследовательский онкологический институт».

Родионова Н. Д. — д. э. н., профессор кафедры экономической теории ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: ndrodionova@mail.ru.

Розин М. Д. — д. ф. н., профессор, директор Северо-Кавказского научного центра высшей школы ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет».

Свечкарёв В. П. — к. т. н., профессор ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет».

Сковороднева Е. В. — аспирант кафедры коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: katuя_skovorodneva@mail.ru.

Соколан Д. С. — студент 2-го курса магистратуры Российского университета дружбы народов.

E-mail: dariya.kristi@yandex.ru.

Суржиков М. А. — д. э. н., профессор, декан факультета Менеджмента и предпринимательства ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: 2980135@mail.ru.

Трифонов И. В. — д. т. н., доцент, профессор Департамента менеджмента Финансового университета при Правительстве РФ.

E-mail: asd91169@mail.ru.

Тяглов С. Г. — д. э. н., профессор кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: tyaglov-sg@rambler.ru.

Череповская Н. А. — к. э. н., доцент Департамента менеджмента Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

E-mail: Cherepovskaya777@yandex.ru.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Баева В. Д. — к. э. н., доцент кафедры менеджмента Южно-Российского института — филиала РАНХиГС.

E-mail: baeva_vd@mail.ru.

Барсуков А. П. — аспирант кафедры общего и стратегического менеджмента ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: barsukov.alexander.p@gmail.com.

Бондаренко В. А. — д. э. н., доцент, зав. кафедрой маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: b14v@yandex.ru.

Емельяненко И. С. — соискатель кафедры маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Иванченко О. В. — к. э. н., доцент кафедры маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: iovkmr@mail.ru.

Кейванова Е. В. — аспирант кафедры коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Костоглодов Д. Д. — д. э. н., профессор, декан факультета Торгового дела ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Коноваленков С. В. — аспирант кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: stvik4308@gmail.com.

Ларионов В. А. — соискатель кафедры маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Перов Г. О. — д. с. н., профессор кафедры управления персоналом и социологии ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Попов М. В. — ассистент кафедры экономической теории ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Чумаков А. А. — д. э. н., профессор кафедры менеджмента Южно-Российского института — филиала РАНХиГС.

E-mail: ale20202553@yandex.ru.

РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

Богданов Д. В. — магистр 2-го курса обучения магистерской программы «Банки и банковская деятельность» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Богданова Р. М. — к. э. н., доцент кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: raisa.m1975@mail.ru.

Грицунова С. В. — к. э. н., доцент кафедры инновационного менеджмента и предпринимательства ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: Svetlana-06-84@yandex.ru.

Демьяненко Э. Ю. — к. э. н., доцент кафедры бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: demellina21@yandex.ru.

Ермоленко О. Д. — к. э. н., ст. преподаватель кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: OlgaErmolenko700@mail.ru.

Ноздрачёва Е. В. — бакалавр кафедры бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Потокина Е. С. — соискатель кафедры учета, анализа и аудита Самарской государственной архитектурно-строительной академии.

E-mail: potokina1@mail.ru.

Седых Ю. А. — к. э. н., доцент кафедры инновационного менеджмента и предпринимательства ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Смертина Е. Н. — к. э. н., доцент кафедры бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: elesmertina@mail.ru.

Суржикова Е. М. — студент Финансового Университета при Правительстве Российской Федерации.

E-mail: kate5010202@mail.ru.

Шароватова Е. А. — д. э. н., профессор кафедры бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Шапиро И. Е. — к. э. н., доцент кафедры банковского дела ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫХ В ЖУРНАЛ «ВЕСТНИК РГЭУ (РИНХ)»

Согласно решению ПРЕЗИДИУМА ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ (ВАК) Минобрнауки РФ № 8/13 от 02.03.2012 «О перечне рецензируемых научных журналов и изданий для опубликования основных научных результатов диссертаций», в журнал принимаются статьи и материалы, соответствующие следующим требованиям.

1. Статьи должны содержать обоснование актуальности, четкую постановку целей и задач исследования, научную аргументацию, обобщение и выводы, представляющие интерес своей новизной, научной и практической значимостью; должны быть рекомендованы кафедрой (отделом) по месту учебы (работы) автора. Все статьи, представленные к печати в журнале «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)», в обязательном порядке проверяются по критериям корректности предоставления научной информации, учитывая правила ее заимствования, рецензируются редакционной коллегией журнала и возвращаются авторам для ознакомления. Статьи предоставляются в формате «*.doc» или «*.docx».

2. Рекомендуется указывать место работы всех авторов и контактную информацию для переписки в Интернете.

3. Требования к оформлению научной статьи:

а) текст статьи должен быть набран шрифтом Times New Roman, кегль — 14, полуторный интервал, отступ первой строки — 0,75. Формат листа А4 (210 × 297 мм). На странице рукописи должно быть не более 30 строк, в каждой строке не более 65 знаков, включая пробелы между словами. Поля рукописи: верхнее, правое, левое — 25 мм и нижнее — 30 мм. Нумерация страниц в правом верхнем углу листа;

б) рисунки должны быть качественными, четкими, все надписи должны хорошо просматриваться (шрифт исключительно Times New Roman), необходимо указать источник или авторство каждого рисунка с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

в) таблицы набираются 12 кеглем через один интервал без выделения колонок (без заливки), необходимо указать источник или авторство каждой таблицы с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

г) редактор формул — MS Word, шрифт — Times New Roman, переменные — курсивом, греческие — прямо, русские — прямо;

д) заглавие статьи печатается строчными буквами. Инициалы и фамилия автора(ов) пишутся над заглавием статьи (для рецензии и информационных материалов в конце статьи). Заглавие отбивается двумя интервалами сверху и снизу (от текста);

е) в тексте статьи следует использовать минимальное количество таблиц и иллюстративного материала. Круглые скобки употребляются только в тексте;

д) ссылки на литературу оформляются в квадратных скобках, нумерация ссылок сквозная на протяжении статьи, подстрочные примечания помещаются в конце статьи (библиографический список) с точным указанием выходных данных;

е) иностранная литература оформляется по тем же правилам;

ж) статья обязательно должна содержать краткую аннотацию и ключевые слова, библиографический список. Указанные данные, Ф.И.О. авторов и название статьи приводятся на русском и английском языке;

з) общий объем статьи не должен превышать 12 листов в соответствии с указанными требованиями к оформлению.

4. К статье на бумажном носителе прилагается электронная версия, отдельным файлом сведения об авторе (имя, отчество, фамилия, место работы, учебы, должность, контактный телефон, e-mail, домашний адрес). Необходимо направить данные файлы также на электронный адрес — vestnik.rsue@mail.ru.

5. В соответствии с требованиями по включению номеров научного периодического издания «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» или его переводной версии на иностранном языке в системы цитирования Web of Science, Scopus, Web of Knowledge, текст статьи должен быть представлен в двух вариантах: на русском и английском языке.

Рукописи, оформленные без соблюдения приведенных выше правил, не рассматриваются. Редакционная коллегия оставляет за собой право при необходимости сокращать статьи, подвергать их редакционной правке и отсылать авторам на доработку. Датой поступления статьи, отправленной на доработку (если она была у автора), считается день ее возвращения в редакцию.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ВЕСТНИК
РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
(РИНХ)**



№ 2 (66), ИЮНЬ, 2019

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

**Главный редактор
АЛЬБЕКОВ АДАМ УМАРОВИЧ**

**Заместитель главного редактора
ВОВЧЕНКО НАТАЛЬЯ ГЕННАДЬЕВНА**

**Ответственный секретарь
ПАРХОМЕНКО ТАТЬЯНА ВАЛЕРЬЕВНА**

Свидетельство о регистрации

ПИ № ФС77-22006 от 14.10.2005

выдано Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства
в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия

Учредитель

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Адрес редакции журнала

344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, к. 337.

Тел. (863) 237-02-75.

E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

Адрес издателя

Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ)

344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, к. 152.

Тел. (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.

E-mail: ipkrinh@gmail.com

РЕДАКТИРОВАНИЕ, МАКЕТИРОВАНИЕ И ВЕРСТКА ШМЫГЛЯ Э. В.

КОМПЬЮТЕРНЫЙ НАБОР ГУЗЕНКО Н. В.

ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР АКИМОВА Л. И.

Изд. № 85/3421. Подписано в печать 24.06.2019. Дата выхода в свет 28.06.2019.

Объем 15,5 уч.-изд. л., 26,5 усл. печ. л.

Бумага офсетная. Печать цифровая. Формат 60×84/8. Гарнитура «Times New Roman».

Заказ № 157. Тираж 1000 экз. Цена свободная.

Отпечатано

в ИПК РГЭУ (РИНХ)

344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, к. 152.

Тел. (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.

E-mail: ipkrinh@gmail.com

SCIENTIFIC EDITION

**VESTNIK
OF ROSTOV STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS
(RINH)**

16+

№ 2 (66), JUNE, 2019

SCIENTIFICALLY-PRACTICAL JOURNAL

Editor-in-Chief

ALBEKOV ADAM UMAROVICH

Deputy Editor-in-Chief

VOVCHENKO NATALIA GENNADIEVNA

Executive Secretary

PARKHOMENKO TATIANA VALERIEVNA

Certificate on registration

ПИ № ФС77-22006 from 14.10.2005

is granted by Federal service for supervision of legislation in mass communication
and protection of cultural heritage

Founder

Federal state budgetary educational institution of higher education
«Rostov State University of Economics (RINH)»

Address of Editorial Board of Journal

344002, Rostov-on-Don, B. Sadovaya st., 69, RSUE (RINH), a. 337.

Tel.: (863) 237-02-75.

E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

Publisher

Publishing and printing complex of RSUE (RINH).

344002, Rostov-on-Don, B. Sadovaya st., 69, RSUE (RINH), a. 152.

Tel.: (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.

E-mail: ipkrinh@gmail.com

EDITING, LAYOUT BY SHMYGLYA E. V.

COMPUTER SET BY GUZENKO N. V.

ISSUER EDITOR AKIMOVA L. I.

Ed. № 85/3421. Signed in print 24.06.2019. Date of print 28.06.2019.

Volume of accounting and publishing sheets 15,5, conditionally printed sheets 26,5.

Offset paper. Digital printing. Format 60×84/8. Font «Times New Roman».

Order № 157. Printing 1000 copies. Free price.

Printing by

Publishing and printing complex of RSUE (RINH).

344002, Rostov-on-Don, B. Sadovaya st., 69, RSUE (RINH), a. 152

Tel.: (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.

E-mail: ipkrinh@gmail.com