ISSN 1991-0533

Выпуск № 3 (79),
сентябрь, 2022

# Вестник

Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)

Ростов-на-Дону
2022

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)
№ 3 (79), СЕНТЯБРЬ, 2022

# V E S T N I K

OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)
№ 3 (79), SEPTEMBER, 2022

РОСТОВ-НА-ДОНУ
2022

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

# ВЕСТНИК

## РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

**№ 3 (79), СЕНТЯБРЬ, 2022**

Научно-практический журнал.
Издается с 1996 года.
Периодичность — 4 номера в год.
**№ 3 (79), 2022**

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 в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 02.08.2019 ПИ № ФС77–76371.

Подписной индекс ПМ672 (один номер) на сайте Почты России https://podpiska.pochta.ru

Международный стандартный номер сериального издания:
**ISSN 1991–0533**

Цифровой идентификатор объекта:
**DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.026**

**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), 2022

**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 редколлегии 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)

## № 3 (79), SEPTEMBER, 2022

Scientifically-practical journal.
First published in 1996.
Periodical — 4 issues per year.
**№ 3 (79), 2022**

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 for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media since the 02.08.2019 ПИ № ФС77–76371.

Index ПМ672 (per number)
at Russian Post website:
https://podpiska.pochta.ru

International Standard Serial Number:
**ISSN 1991–0533**

Digital Object Identifier:
**DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.026**

**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), 2022

**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.

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

**Батищева Галина Андреевна** — д. э. н., доцент, профессор кафедры фундаментальной и прикладной математики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

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

**Боровская Марина Александровна** — д. э. н., профессор, научный руководитель Центра научных исследований «Инструментальные, математические и интеллектуальные средства в экономике», президент Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону.

**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.

**Вазарханов Ислам Салаудинович** — д. э. н., профессор кафедры экономики и управления в топливно-энергетическом комплексе Грозненского государственного нефтяного технического университета имени академика М. Д. Миллионщикова, г. Грозный.

**Гарнов Андрей Петрович** — д. э. н., профессор кафедры экономики и организации производства Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, г. Москва.

**Золотарѐв Владимир Семѐнович** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, профессор кафедры финансового менеджмента Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

**Кузнецов Николай Геннадьевич** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, зав. кафедрой экономической теории 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.

**Механцева Карина Феликсовна** — д. э. н., доцент, зав. кафедрой 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, зав. 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, зав. кафедрой математической статистики, эконометрики и актуарных расчетов Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

**Полуботко Анна Александровна** — д. э. н., доцент, зав. кафедрой коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

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

**Тешабаев Тулкин Закирович** — д. э. н., профессор, ректор Ташкентского университета информационных технологий, г. Ташкент.

**Усенко Людмила Николаевна** — д. э. н., профессор, член-корреспондент РАН, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, зав. кафедрой анализа хозяйственной деятельности и прогнозирования Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

**Халын Виктор Геннадьевич** — д. 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 Белорусского государственного экономического университета, г. Минск, Республика Беларусь.

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

## 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**.**

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

**Borovskaya Marina Aleksandrovna** — Ph. D. in Economics, Professor, Scientific Director of Centre for Scientific Research «Instrumental, mathematical and intellectual tools in Economics», president of Southern Federal University, Rostov-on-Don.

**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.

**Vazarkhanov Islam Salaudinovich** — Ph. D. in Economics, professor of department of economics and management in fuel and energy complex of Grozny State Petroleum Technical University named by M. D. Millionshchikov, Grozny.

**Garnov Andrey Petrovich** — Ph. D. in Economics, professor of department of economy and production organization department of Plekhanov Russian University of Economics, Moscow.

**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.

**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.

**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.

**Mekhantseva Karina Pheliksovna** — Ph. D. in Economics, professor, head of merchandizing and quality management department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

**Morkovina Svetlana Sergeyevna** — Ph. D. in Economics, professor, expert of Agency of innovations and development of economic and social projects, vice-rector of science and innovations, head of department of management and economy of 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 of mathematical statistics, econometrics and actuarial calculations of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

**Polubotko Anna Aleksandrovna** — Ph. D. in Economics, associate professor, head of department of commerce and logistics of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

**Ponomariova Marina Anatoliyevna** — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of department of regional, industrial and business economy of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

**Teshabayev Tulkin Zakirovich** — Ph. D. in Economics, Professor, Rector of Tashkent University of Information Technologies, Tashkent.

**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.

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

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

# ВЕСТНИК

## РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

## № 3 (79), СЕНТЯБРЬ, 2022

## СОДЕРЖАНИЕ

**РАЗДЕЛ 1. Управление экономическими системами** **10**

***Гузенко А. В., Гузенко Н. В.***
Диверсифицированный подход при организации мультиканальных продаж федеральной продовольственной сети **10**

***Дмитриев А. В., Нос В. А.***
Цифровые экосистемы транспортно-логистического обслуживания в условиях устойчивого развития **18**

***Добролежа Е. В., Кузьминов А. Н., Бухов Н. В., Рябченко А. А., Романенко С. В.***
Анализ устойчивого сбалансированного развития экономики Ростовской области **26**

***Ерохина Т. Б., Пархоменко Т. В.***
Управление поведением потребителя в логистике постпандемии и антикризисном маркетинге **35**

***Калицева К. А.***
Тенденции устойчивого развития южнороссийских регионов в новых экономических условиях **40**

***Кушнаренко Т. В., Новицкая А. А.***
Цифровая трансформация — возможности и риски для финансового сектора региона **48**

**РАЗДЕЛ 2. Экономика и предпринимательство** **54**

***Бондаренко В. А., Созинова А. А.***
Маркетинговый подход к управлению реорганизацией университета под влиянием конкуренции и притока транснационального капитала **54**

***Будяков А. Н., Халеева И. Л.***
Роботизация логистических процессов в нефтегазовых компаниях **63**

***Дадаян Н. А.***
Вопросы востребованности и эволюции экологического маркетинга в аспекте территориального развития **69**

***Змияк С. С., Шепилов С. В.***
Ключевые аспекты реализации прогнозно-адаптивного подхода в системе социального менеджмента **77**

***Карпова Н. В.***
Урбогеосистемный концепт развития современного города: содержание и механизмы реализации **85**

***Кулаков Н. В.***
Концептуальные основы познания категории «оборотный капитал» предприятия **92**

***Миргородская О. Н.***
Состояние и перспективы развития глобального рынка коливингов в условиях экономики совместного потребления **97**
***Писарева Е. В.***
Влияние цифровизации на эффективность интеграции маркетинговых коммуникаций в сфере услуг: локальный аспект **108**
***Пржедецкая Н. В.***
Маркетинговый подход к развитию образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения **115**
***Хачатурян Н. Р.***
Маркетинговый инструментарий в деятельности вузов и продвижении образовательных услуг в условиях конкуренции **122**

**РАЗДЕЛ 3. Финансово-кредитные отношения и бухгалтерский учет** **128**

***Асриев С. В., Берберова Е. Г., Павленко И. А.***
Современное видение значения и роли внутреннего аудита в управлении бизнесом **128**
***Багирян В. А., Гончарова С. Н.***
Изучение вопросов трудоустройства молодежи в Российской Федерации в современных рыночных условиях **134**
***Данченко Е. А., Шлыкова И. А.***
Отторгаемая финансовая грамотность населения как особый вид финансового поведения **147**
***Исраилова Э. А., Личковаха Д. В.***
Рынок твердого биотоплива Российской Федерации **152**
***Климук В. В., Андреева О. В., Климук Е. В.***
Международный научно-образовательный стартап-центр как инновационный элемент в системе повышения эффективности функционирования сектора НИОКР **159**
***Мамбетова А. А., Пешкова Е. П., Кюрджиев С. П.***
Механизм управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятия **166**
***Соленая С. В., Рощина Л. Н.***
Оценка влияния проводимой таможенно-тарифной политики на экономическую безопасность России **172**
***Шапиро И. Е., Минасян М. В., Минасян Э. В.***
Перспективы российского рубля как резервной валюты в современной экономической ситуации **178**
***Яровой Н. А.***
Устойчивые бизнес-группы промышленных предприятий: классификация, моделирование деятельности **183**

**НАШИ АВТОРЫ** **190**

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGH EDUCATION
OF RUSSIAN FEDERATION

# VESTNIK

## OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)

## № 3 (79), SEPTEMBER, 2022

## CONTENT

**SECTION 1. Management of economic systems** 10

***Guzenko A. V., Guzenko N. V.***
Diversified approach to organizing multichannel sales of federal food chain 10

***Dmitriev A. V., Nos V. A.***
Digital ecosystems of transport and logistics services in sustainable development 18

***Dobrolezha E. V., Kuzminov A. N., Bukhov N. V., Ryabchenko A. A., Romanenko S. V.***
Analysis of sustainable balanced economic development of Rostov region 26

***Erokhina T. B., Parkhomenko T. V.***
Management of consumer behavior in postpandemic logistics and crisis marketing 35

***Kalitseva K. A.***
Trends in sustainable development of Southern Russian regions in new economic conditions 40

***Kushnarenko T. V., Novitskaya A. A.***
Digital transformation — opportunities and risks for financial sector of region 48

**SECTION 2. Economics and business** 54

***Bondarenko V. A., Sozinova A. A.***
Marketing approach to managing university restructuring under influence of competition and influx of transnational capital 54

***Budyakov A. N., Khaleeva I. L.***
Robotization of logistics processes in oil and gas companies 63

***Dadayan N. A.***
Issues of relevance and evolution of environmental marketing in aspect of territorial development 69

***Zmiyak S. S., Shepilov S. V.***
Key aspects of implementation of predictive adaptive approach in social management system 77

***Karpova N. V.***
Urban geo-systemic concept of modern city development: content and implementation mechanisms 85

***Kulakov N. V.***
Conceptual foundations of cognition category «working capital» of enterprise 92

***Mirgorodskaya O. N.,***
State and prospects
of global market of colivings
in conditions of economy
of joint consumption **97**
***Pisareva E. V.***
Impact of digitalization
on effectiveness of integration
of marketing communications
in service sector:
local aspect **108**
***Przhedetskaya N. V.***
Marketing approach
to development of education
and healthcare in Russia
in new economic conditions
in support of import substitution **115**
***Khachaturian N. R.***
Marketing tools in activities
of universities and promotion
of educational services
in competitive environment **122**

**SECTION 3. Financial-credit relations and accounting** **128**

***Asriev S. V., Berberova E. G., Pavlenko I. A.***
Current thinking on meaning
and role of internal audit
in business management **128**
***Bagiryan V. A., Goncharova S. N.***
Youth employment study
in Russian Federation
in modern market conditions **134**
***Danchenko E. A., Shlykova I. A.***
Rejected financial literacy
of population as special type
of financial behavior **147**
***Israilova E. A., Lichkovakha D. V.***
Solid biofuel market
in Russian Federation **152**
***Klimuk V. V., Andreeva O. A., Klimuk E. V.***
International scientific
and educational startup-center
as innovative element in system
for improving the efficiency
of R&D sector **159**
***Mambetova A. A., Peshkova E. P., Kurdzhiev S. P.***
Mechanism for managing
the financial and economic
activities of enterprise **166**
***Solenaya S. V., Roschina L. N.***
Assessment of impact of customs
and tariff policy on economic
security of Russia **172**
***Shapiro I. E., Minasyan M. V., Minasyan E. V.***
Prospects of Russian ruble
as reserve currency in current
economic situation **178**
***Yarovoy N. A.***
Intelligently functioning business
groups of industrial enterprises:
classification, modeling
of activities **183**

**OUR AUTHORS** **190**

# РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

*DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.001*

***А. В. Гузенко, Н. В. Гузенко***

## ДИВЕРСИФИЦИРОВАННЫЙ ПОДХОД ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ МУЛЬТИКАНАЛЬНЫХ ПРОДАЖ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СЕТИ

**Аннотация**

В статье в аналитическом ключе рассмотрен вопрос диверсифицированного подхода к организации логистических транспортных потоков в формате построения бизнеса доставки продуктов питания формата B2B. Продемонстрированы особенности современного рынка продуктового ретейла, обозначены проблемы процесса доставки, необходимость выявления кластеров клиентов, под которых требуется формировать пакет логистических услуг. Авторами проанализирована современная рыночная ситуация, предложена модель построения бизнеса и дана ее экономическая оценка. Положительно оценены перспективы по приложению данной модели на пролонгированную перспективу.

**Ключевые слова**

Диверсификация, логистические цепи, логистика B2B.

***A. V. Guzenko, N. V. Guzenko***

## DIVERSIFIED APPROACH TO ORGANIZING MULTICHANNEL SALES OF FEDERAL FOOD CHAIN

**Annotation**

Article deals with issue of diversified approach to organization of logistic transport flows in format of building a B2B format food delivery business in analytical way. Features of modern grocery retail market are demonstrated, problems of delivery process, necessity of identifying clusters of customers, for which package of logistics services must be formed, are outlined. Authors analyzed current market situation, proposed a model of building a business and gave its economic assessment. Prospects for application of this model in long term have been positively evaluated.

**Keywords**

Diversification, logistics chains, B2B-logistics.

**Введение**

В современных реалиях развития логистики в формате B2B формирование мультиканальных продаж федеральной продовольственной сети требует учета множества факторов внешней и внутренней среды.

Следует отметить, что структура рынка продавцов, управляемая инструментарием маркетинга и логистики, предполагает адаптированное воздействие на бизнес-процессы с целью удовлетворения требованиям современного рынка, в том числе и внутреннего потребления дистрибьюторов. Чем гибче и адаптивнее разрабатываемая бизнес-модель, тем успешнее функционирует логистическая цепь. В данной связи ус-

ловием успешной работы становится соблюдение требований функционирования логистических систем в режиме «точно в срок» [4].

В условиях изменения структуры логистических цепей и ограничения внутренних ресурсов предприятий возрастает потребность в управлении товарным потоком внутри торговой платформы в рамках концепции диверсификации.

**Материалы и методы**

Организация логистического бизнеса по доставке продуктов питания в формате B2B в последние несколько лет претерпела значительные изменения. Ускорение реакции финального звена логистической цепи приводит к установке требований по сокращению времени транспортного логистического цикла. Вместе с тем турбулентность ассортиментного ряда представляемых товаров и замещение ряда привычных продуктов являются дополнительными вводными при построении новых связей.

В мультиканальном бизнесе доставки B2B стоит проводить анализ и кластеризировать не только клиентов, но и ветви ведения операционных процессов для формирования наиболее эффективных цепей поставок.

Термин «диверсификация» в значительной степени применим для различного рода отраслей. Диверсифицирование в широком смысле предполагает использование различных источников финансирования, выход на новые рынки, освоение новых видов деятельности, что в конечном итоге призвано минимизировать риски построения бизнеса [1, 4–7].

Локально рассмотрим применение диверсифицированного подхода при построении транспортно-логистической системы доставки товаров на уровне страны.

Дополнительно планируем применить правило Парето для глобального взгляда на общий ассортимент предлагаемых товаров и услуг. Рассмотрим методическое применение метода ABC для выделения ключевых клиентов и ключевого ассортимента для поддержания в рамках доставки B2B.

Методологические основы, заложенные в правило Парето, предполагают выделение 20 % факторов, составляющих основу явления. Данный подход применительно к ассортиментной матрице позволяет сфокусировать денежные средства в оборот тех продуктов, которые обладают большим оборотом, таким образом снижая степень риска стагнации денежных средств в товаре.

В то же время применение данного правила в отношении клиентской базы позволяет выделить категории клиентов, на основе фокусной группы которых можно и нужно сформировать общие требования к организации и движению логистических потоков. Территориальное построение всегда будет требовать оперативного подхода, но глобальные принципы построения ключевого ассортимента, базовых требований логистического сервиса, выведение ключевых параметров формирования системы доставки позволит сформировать модель ведения бизнеса, исходя из ключевых требований клиентов разных кластеров и различных типов бизнеса [8–10].

Кластерный подход достаточно прочно вошел в экономический оборот, однако есть отличия в рассмотрении данного понятия разными зарубежными школами на протяжении периода времени. По словам Л. С. Маркова «…все они рассматривают социально-экономическую структуру общества как единое адаптивное целое. Отличием кластерного подхода, обеспечившим его большую популярность, служит присущая кластерам атмосфера конкуренции, становящаяся все более значимой в условиях возрастающей скорости эволюции общества и непосредственно влияющая на последнюю» [2].

**Дискуссия**

Рассматривая рынок продуктового ретейла в формате доставки необходимо, в первую очередь, определить кластеры клиентов, под которых необходимо фор-

мировать пакет логистических услуг. Крупными мазками можно выделить два кластера потребления: для использования в производстве и для последующей перепродажи. Исходя из этого признака попробуем далее сделать детальное описание и дать экономические характеристики каждому из них.

Основные критерии кластеризации клиентской базы будем выделять по следующим критериям:

– цель закупки;

– ассортиментные требования;

– логистические особенности;

– объемы закупки;

– частота заказов;

– ритмичность заказов.

Объемы заказов, частота будут влиять на итоговые технические параметры, связанные с подготовкой грузов к ежедневной отправке, тоннажности маршрутов, их утилизации, а также времени нахождения транспортного средства на разгрузке в точке доставки. Данные характеристики будут рассмотрены несколько позднее.

На текущий момент необходимо создать описание каждого из кластеров клиентов.

По первому признаку — цель закупки, клиенты будут делиться на две системы: первая — закупки осуществляются для внутреннего потребления (к данному сегменту относятся отели, рестораны, кафе, столовые, точки быстрого питания, пит-стопы на заправках с кулинарией, а также ставшие популярными в последнее время кухни на вынос, или dark kitchen). Обозначим его в данной работе как канал продаж А. Ключевой ассортимент данного кластера может быть рассмотрен с позиции ABC-анализа. По результатам определяется предложение из стабильных 2500 артикулов (без учета углубленных особенностей форматов бизнеса или уровня обслуживания, а также разовых крупных закупок расходных и интерьерных материалов при задаче открытия или обновления бизнеса). Таким образом, получены фиксированные ассортиментные группы, включающие в себя:

– предложение охлажденной рыбы и мяса, морепродуктов;

– бакалейная группа товаров крупных упаковок (3 кг и выше);

– консервированные продукты крупных упаковок (от 900 гр);

– напитки в небольших литражах (0,33 л, 0,5 л);

– предложение овощи на дозакупку;

– молочные продукты в средних и крупных упаковках профессионального качества;

– немолочные продукты профессионального качества;

– глубокая заморозка (профессиональные полуфабрикаты картофеля фри размеров 6 и 9 мм) и дозакупка замороженного мяса и рыбы в условиях дефицита предложений охлажденных аналогов.

К логистическим особенностям можно отнести окна приема товаров у данной категории клиентов. Фактически ориентируясь на основное время работы (посетителей принимают вечерами, данные клиенты выводят ответственный персонал с 10 утра и готовы ожидать доставки часов до 20 вечера).

Объемы закупок данного кластера клиентов будут небольшие от партии к партии, учитывая специфику ведения бизнеса и ориентацию на прогноз текущей посадки/заселения и заказов на различные мероприятия.

Частоты заказов желательна на ежедневной основе, ритмичность может прерываться, объемы будут колебаться в зависимости от дня недели (оказывает влияние посещаемость данных заведений клиентами). Объем постепенно нарастает к концу рабочей недели.

Кластер клиентов, осуществляющих закупки с целью дальнейшей перепродажи имеет также свои особенности. В данной работе обозначим его как канал продаж В. В первую очередь, стоит выделить здесь значительно большую, чем в первой группе, неравномерность поведения. В данном случае в этом кластере в

зависимости от типов ведения бизнеса можно выделить клиентов мелкого и среднего опта, а также клиентов, ведущих бизнес магазинов у дома.

Первая подсистема (мелкий и средний опт) будут характеризоваться глубокой специализацией на определенной ассортиментной группе (1–3 категории), в этом случае клиенты реагируют на низкую цену в категории своего интереса и размещают заказы на небольшое количество артикулов (до 15), но в значительных объемах продаж. Частота заказов отличается высокой дискретностью. Объемы могут давать пиковые нагрузки на технические характеристики транспортного парка, вызывая нехватку подвижного состава при наложении регулярных заказов и высокого спроса клиентов данной группы.

Вторая подсистема будет характеризоваться постоянным спросом на продукты питания в различных категориях с учетом характера ровных продаж у данных клиентов. Ассортиментный баланс по методы анализа ABC предполагает выделение ключевых позиций ассортимента порядка 4500–5000 артикулов, среди которых:

– широкая ассортиментная линейка воды, лимонадов, вкусовой воды различных литражей (от 0,5 до 5 л);

– корма для животных в небольших упаковках (паучи по 75 г, упаковки по 300 г);

– кондитерские изделия (соленые закуски, шоколад, жевательные резинки, кофе, чай в небольших упаковках);

– бакалейная группа в упаковках до 1 кг;

– бытовая химия и предметы гигиены первой необходимости;

– консервы;

– молочная продукция;

– глубокая заморозка (полуфабрикаты и мороженое по сезону);

– овощи.

Логистические требования к организации доставки со стороны данных клиентов предполагают проведение работ по приемке товаров в период работы материально ответственного лица, что совпадает чаще всего со стандартным рабочим графиков с 9 до 18 часов.

Объемы закупки будут различаться в зависимости от дня недели и графика изменения цен поставщика. Объемы постепенно будут нарастать к концу недели и будут уменьшены в ее начале. Это сопряжено с основным графиком работы лиц, отвечающих за размещение заказа, а также покупательским потоком клиентов данной группы в течение недели.

Ритмичность будет соблюдаться, но могут варьироваться объемы заказов, что оказывает влияние на утилизацию транспорта и количество подвижного состава, используемого для организации доставки. Вместе с тем данные заказы будут иметь большие технические характеристики, не всегда прямо выраженные в экономической выгоде продажи. Поскольку рынок торговли продуктами питания предполагает соблюдение категориального баланса по потребностям клиентов, а формат магазина у дома предполагает наличие ключевого ассортимента ежедневных потребностей, то артикулы заказа будут попадать на низкодоходные и тяжеловесные категории воды и напитков в большей степени. Объемы заказов данных категорий будут варьироваться от 30 до 50 % состава заказа в зависимости от сезона.

Ключевыми логистическими параметрами цепи поставок будут:

– частота заказов — количество слотов размещения заказов в неделю;

– попадание в окна приема клиента — своевременность отгрузки будет связана с большим количеством клиентов, заявивших схожие временные окна, поэтому необходим баланс между выполнением данного показателя и утилизацией транспортных средств,

– минимальная и оптимальная сумма заказа;

– график отгрузок по дням недели,

– процент выполнения заказа (полнота сборки от общего объема заказанно-

го, в данной работе будем рассматривать этот показатель как Service Level (SL).

Показатель SL рассчитывается как отношение суммы заказанного собранного товара, количества замен и количества возвратов к количеству заказанного товара.

Формула расчета показателя SL (все единицы измеряются в штуках):

$$SL = \frac{D_p + C_p + R_p}{N_{ord}} \times 100\%, \quad (1)$$

где $D_p$ — объем собранного товара;
$C_p$ — объем замен всех артикулов;
$R_p$ — объем возвратов;
$N_{ord}$ — объем заказанного товара.

Чем выше уровень данного показателя, тем больше полнота сборки заказов и выше продажи. Фактически через данный показатель можно делать расчет потерянных продаж в канале.

Фактическое сравнение данного показателя показывает высокий уровень полноты сборки в канале А (94 % и выше) и низкий уровень в канале В (86 %). Сравнение мультиканальных центров отгрузок показывает фокус на канале А и отгрузки по остаточному принципу в канале В.

Потенциал рынков оценивается примерно в одинаковом объеме, однако канал А дает лучший результат. Канал В требует разработки уточненного логистического подхода в организации работы доставки.

Нами был проведен сравнительный анализ доли продаж каждой точки отгрузки федеральной сети фокусной компании. Результаты показали различные объемы продаж в зависимости от географии рынка.

Анализ географической расположенности точек отгрузки позволяет выделить их в две основные группы:

1) один центр отгрузки на город,

2) несколько центров отгрузки на город.

Вторая группа характерна для городов с высоким уровнем населения.

Для второй группы нами предложена стратегия диверсификации отгрузок и доставочного бизнеса в зависимости от каналов продаж.

Планирование работы транспортно-логистического звена предполагает учет различных технико-экономических характеристик, таких как: средний размер заказа на точку доставки, тоннаж, объем, вместимость транспортного средства, утилизация транспортного средства, что определяет количество клиентов на рейс и экономические характеристики рентабельности отгрузок. К последним мы отнесем сумму заказов клиентов в транспортном средстве и расчет точки безубыточности по направлениям отгрузок (город и междугородние перевозки в пределах региона).

Предметно рассмотрим предложение диверсификации для следующих зон отгрузки:

– Москва (в связи с делением Московского региона на три отдельные зоны доставки для оценки предложения каналов диверсификации продаж и эффективных регионов отгрузки данные зоны будут рассмотрены вместе);

– Центр 2 (Воронеж);

– Юг (Краснодар, Ростов-на-Дону);

– Северо-Запад (Санкт-Петербург);

– Урал (Екатеринбург);

– Волга (Казань, Самара);

– Сибирь (Омск, Новосибирск, Красноярск).

Преимущества данного предложения:

– фокус на ассортименте клиентов для поддержания на стоке;

– оптимизация выкладки под объемную сборку;

– оптимизация процесса сборки заказов;

– повышение уровня сборки заказов и как следствие увеличение объема продаж;

– сокращение потерянных продаж;

– фокус на увеличение полноты отгрузок;

– разработка схем логистики под канал продаж с учетом технических характеристик транспорта и заказов.

**Выводы**

Проведем оценку экономической эффективности предложения и выделим ключевые ограничения, которые необходимо учитывать при выборе базы отгрузки.

Сравнительный анализ экономических показателей работы доставки в канале продаж А и В представлен в таблице 1.

Таблица 1 — **Основные оперативные логистические показатели работы доставки**

| Показатели | Итого | Канал А | Канал В |
|---|---|---|---|
| NET SALES | 20 688 329 725 | 12 081 909 789 | 8 375 048 988 |
| TOTAL INCOME | 3 316 635 215 | 2 125 156 260 | 1 131 891 598 |
| TOTAL INCOME, % | 16 | 18 | 14 |
| Cash Profit | 2 013 430 335 | 1 324 617 971 | 642 756 943 |
| Cash Profit, % | 10 | 11 | 8 |
| Delivery EBITDA | 894 061 407 | 653 763 865 | 207 784 180 |
| Delivery EBITDA, % | 4 | 5 | 3 |
| Drops, # — on orig_invoices | 1 438 843 | 1 011 775 | 411 937 |
| Lines per drop (AVG) | 10,2 | 8,0 | 15,6 |
| Drop size (AVG), RUB | 14 378 | 11 941 | 20 330 |
| Drops, # | 851 053 | 634 463 | 205 185 |
| Lines per drop (AVG) | 17,3 | 13 | 31 |
| Drop size (AVG), RUB | 24 309 | 19 043 | 40 817 |
| Income per drop, RUB | 3 897 | 3 350 | 5 516 |
| Direct costs per drop, RUB | -1 546 | -1 275 | -2 403 |
| Cash Profit per drop, RUB | 2 366 | 2 088 | 3 133 |
| Returns as %oS | -0,95% | -0,91% | -1,02% |

Как следует из сравнительной таблицы, каждое из направлений имеет ряд особенностей: сумма продаж в канале В на текущий момент ниже. При этом уровень доходности ниже общего в доставке и значительно ниже канала А. Средние продажи на точку отгрузки выше, но количество точек отгрузки в три раза ниже канала А; количество строк заказа в два раза выше канала А. При этом средняя стоимость машин ниже, прямые затраты на одно транспортное средство выше. Технически заказы канала В более объемны, тяжеловесны, соответственно утилизация транспортного средства по данному каналу не превышает 5–6 клиентов, в то время как по каналу А может доходить до 12.

Данные об одинаковой емкости рынка и текущие продажи канала В говорят о том, что в значительной мере фокусная компания не использует свой потенциал для работы в этом направлении продаж. Предложение по диверсификации продаж в городах с несколькими точками отгрузки представляется возможностью по увеличению доли продаж в данном канале.

Нами был проведен сравнительный анализ предположения и в дальнейшем выполнены проектные работы по подтверждению гипотезы успешности диверсификационного подхода к работе в доставке. В таблицах 2–5 приведено сравнение общих объемов продаж схожих точек отгрузки, разделенных по суммарному объему годового товарооборота. При этом доли продаж канала В в данных точках разные. Сравнительный анализ показывает наличие более высокого уровня SL канала В в тех точках отгрузки, в которых доля продаж этого канала выше. Это, в свою очередь, находит отражение в уменьшении суммы потерянных продаж и увеличении выручки фокусной компании. В сравнительном анализе участвовали точки отгрузки разных кластеров, разных регионов и группировались они только по признаку сумм совокупных отгрузок.

Таблица 2 — **Сравнительный анализ точек отгрузки с годовым товарооборотом от 160 млн руб. до 180 млн руб.**

| Точка отгрузки | Продажи доставки, руб. | Доля канала В в общих продажах, % | Продажи канала В, руб. | SL, канал В, % | Сумма потерянных продаж, канал В, руб. |
|---|---|---|---|---|---|
| **Точка отгрузки Ch.** | **170 005 093** | **97** | **164 468 082** | **93,2** | **21 151 346** |
| Точка отгрузки Nk | 177 425 444 | 52 | 92 398 831 | 90,6 | 5 742 576 |
| Точка отгрузки I | 162 047 956 | 61 | 98 544 054 | 89,9 | 7 687 389 |
| Точка отгрузки V | 180 288 483 | 36 | 64 146 781 | 89,3 | 6 923 864 |
| Точка отгрузки Mg | 163 981 712 | 43 | 69 773 684 | 86,6 | 4 306 129 |
| Точка отгрузки Og | 178 833 962 | 55 | 97 914 600 | 86,6 | 10 548 810 |
| Точка отгрузки P | 167 102 974 | 40 | 67 658 255 | 84,1 | 7 740 994 |
| Точка отгрузки Tv | 169 430 982 | 53 | 90 019 557 | 84,0 | 8 962 945 |
| Точка отгрузки Ry | 174 811 528 | 26 | 46 057 033 | 80,5 | 7 529 295 |

Таблица 3 — **Сравнительный анализ точек отгрузки с годовым товарооборотом от 110 млн руб. до 115 млн руб.**

| Точка отгрузки | Продажи доставки, руб. | Доля канала В в общих продажах, % | Продажи канала В, руб. | SL, канал В, % | Сумма потерянных продаж, канал В, руб. |
|---|---|---|---|---|---|
| **Точка отгрузки Vo** | **112 603 287** | **96** | **107 875 766** | **96,9** | **2 817 914** |
| Точка отгрузки Sv | 112 430 876 | 57 | 64 231 490 | 89,1 | 7 006 880 |
| Точка отгрузки St | 114 176 658 | 24 | 27 959 092 | 84,5 | 3 074 108 |

Таблица 4 — **Сравнительный анализ точек отгрузки с годовым товарооборотом от 50 млн руб. до 60 млн руб.**

| Точка отгрузки | Продажи доставки, руб. | Доля канала В в общих продажах, % | Продажи канала В, руб. | SL, канал В, % | Сумма потерянных продаж, канал В, руб. |
|---|---|---|---|---|---|
| **Точка отгрузки Vr II** | **64 042 299** | **79** | **50 537 940** | **93,1** | **3 124 672** |
| Точка отгрузки Om II | 60 863 989 | 78 | 47 492 990 | 92,6 | 3 341 997 |
| Точка отгрузки Br | 65 227 095 | 59 | 38 625 549 | 89,1 | 4 458 445 |

Данные показывают, что уменьшение показателя полноты сборки прямо пропорционально уменьшению доли продаж канала В. Таким образом, идея о фокусировании точки отгрузки на логистике, ассортименте и потребности одного, а не нескольких каналов внутри одной территории, будет давать гораздо лучший экономический эффект.

Таблица 5 — **Сравнительный анализ точек отгрузки с годовым товарооборотом свыше 250 млн руб.**

| Store | Продажи доставки, руб. | Доля канала В в общих продажах, % | Продажи канала В, руб. | SL, канал В, % | Сумма потерянных продаж, канал В, руб. |
|---|---|---|---|---|---|
| **Точка отгрузки Pg I** | **258 692 348** | **84** | **217 196 422** | **90,8** | **16 541 412** |
| Точка отгрузки Yr | 271 497 453 | 31 | 82 891 742 | 89,3 | 8 032 934 |
| Точка отгрузки Izk | 261 679 358 | 42 | 110 911 879 | 85,5 | 13 428 163 |
| Точка отгрузки Irk | 258 146 904 | 65 | 167 097 875 | 66,1 | 32 307 154 |

Исходя из данных, представленных в таблице 5, и фактического соотношения уровня полноты сборки заказа и величины потерянных продаж ожидается прирост продаж по каждому городу отгрузки от 30 %, что даст глобально прирост общего объема продаж канала доставки на федеральном уровне на 1 % (дополнительно 84 млн рублей на текущей базе клиентов). Синергетический эффект будет достигнут при решении дополнительных задач развития направлений и маршрутов через прирост количества покупающих клиентов, увеличения суммы продаж на точку отгрузки и увеличения полноты сборки.

**Библиографический список**

1. *Марков, Л. С.* Теоретико-методологические основы кластерного подхода. — Новосибирск, 2015. — С. 36.

2. Actualization of decisions to expand the distribution of food products / I. S. Emelyanenko, N. V. Guzenko, D. D. Kostoglodov, N. A. Dadayan // European Research Studies Journal. — 2018. — Vol. 21. — № 4. — P. 886–892.

3. Marketing and logistic instrumentarium of activation of inter-country cooperation of Russia and solving the issue of import substitution / V. A. Bondarenko, T. B. Erokhina, T. V. Parkhomenko, N. V. Guzenko // European Research Studies Journal. — 2017. — Vol. 20. — № 1. — P. 105–116.

4. *Бондаренко, В. А., Гузенко, А. В., Гузенко, Н. В.* Вопросы диверсификации логистических услуг на транспорте: акцент на удовлетворение потребителя // Концепт. — 2014. — № S17. — С. 6–10.

5. *Гузенко, А. В., Кизлык, А. А.* «Shop-in-shop»: как эффективно воздействует коллаборация на крупный ретейл бытовой техники и электроники // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2018. — № 2(62). — С. 78-86.

6. *Гузенко, А. В., Кизлык, А. А.* Анализ отечественного и зарубежного интернет-ретейла: реалии и перспективы развития // Транспорт: наука, образование, производство : сб. науч. трудов. — Ростов-на-Дону, 2018. — С. 180–184.

7. *Гузенко, А. В., Кизлык, А. А.* Маркетинговый анализ и перспектива развития розничных сетей бытовой техники // Транспорт: наука, образование, производство : сб. науч. трудов междунар. науч.-практ. конф. — Ростов-на-Дону, 2017. — С. 76–80.

8. *Гузенко, А. В.* Оптимизация процессов при построении логистики «последней мили»: городские и междугородние перевозки // Цифровая трансформация в экономике транспортного комплекса. Развитие цифровых экосистем: наука, практика, образование : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. — М., 2020. — С. 71–76.

9. *Гузенко, Н. В.* Диверсификация логистических услуг российского рынка железнодорожных перевозок // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. — 2013. — № 3. — С. 41–47.

10. *Корнева, С. Р., Гузенко, А. В.* Развитие терминально-складской инфраструктуры Ростовской области // Транспорт и логистика: инновационная инфраструктура, интеллектуальные и ресурсосберегающие технологии, экономика и управление : сб. науч. трудов II Междунар. науч.-практ. конф. — Ростов-на-Дону, 2018. — С. 155–159.

**Bibliographic list**

1. *Markov, L. S.* Theoretical and methodological foundations of cluster approach. — Novosibirsk, 2015. — P. 36.

2. Actualization of decisions to expand the distribution of food products / I. S. Emelyanenko, N. V. Guzenko, D. D. Kostoglodov, N. A. Dadayan // European Research Studies Journal. — 2018. — Vol. 21. — № 4. — P. 886–892.

3. Marketing and logistic instrumentarium of activation of inter-country cooperation of Russia and solving the issue of import substitution / V. A. Bondarenko, T. B. Erokhina, T. V. Parkhomenko, N. V. Guzenko //

European Research Studies Journal. — 2017. — Vol. 20. — № 1. — P. 105–116.

4. *Bondarenko, V. A., Guzenko, A. V., Guzenko, N. V.* Issues of diversification of logistics services in transport: an emphasis on customer satisfaction // Scientific and Methodical Electronic Journal Concept. — 2014. — № S17. — P. 6–10.

5. *Guzenko, A. V., Kizlyk, A. A.* «Shop-in-shop»: how collaboration effectively influences large retail of home appliances and electronics // Vestnik of RSUE (RINH). — 2018. — № 2 (62). — P. 78–86.

6. *Guzenko, A. V., Kizlyk, A. A.* Analysis of domestic and foreign Internet-retail: realities and prospects for development // Transport: science, education, production : collection of scientific articles. — Rostov-on-Don, 2018. — P. 180–184.

7. *Guzenko, A. V., Kizlyk, A. A.* Marketing analysis and prospects for the development of retail networks of home appliances // Transport: science, education, production : collection of scient. articles of international scient.-pract. conf. — Rostov-on-Don, 2017. — P. 76–80.

8. *Guzenko, A. V.* Optimization of processes in building logistics «last mile»: urban and intercity transportation // Digital transformation in economy of transport complex. Development of digital ecosystems: science, practice, education : materials of II International scient.-pract. conf. — M., 2020. — P. 71–76.

9. *Guzenko, N. V.* Diversification of logistic services of Russian railway transportation market // Proceedings of higher educational institutions. North Caucasus region. Social Sciences. — 2013. — № 3. — P. 41–47.

10. *Korneva, S. R., Guzenko, A. V.* Development of terminal and warehouse infrastructure of Rostov region // Transport and logistics: innovative infrastructure, intelligent and resource-saving technologies, economy and management : proceedings of II International scient.-pract. conf. — Rostov-on-Don, 2018. — P. 155–159.

***DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.002***

***А. В. Дмитриев, В. А. Нос***

## ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

**Аннотация**

В статье обсуждается развитие цифровых экосистем транспортно-логистического обслуживания платформенного типа, рассматривается логистика устойчивого развития на основе использования современных цифровых технологий. Анализируются современные мировые инициативы в сфере зеленой логистики, которые оказывают существенное влияние на эффективность и конкурентоспособность цепей поставок. Исследуются цифровые платформы, которые выполняют ключевую роль системных интеграторов устойчивого развития в логистике, приводится прогноз их использования. Сформирована модель цифровой экосистемы транспортно-логистического обслуживания, основанная на взаимодействии, конкуренции, коллаборации и сотрудничестве.

**Ключевые слова**

Цифровые экосистемы, транспорт, логистика, развитие.

*A. V. Dmitriev, V. A. Nos*

# DIGITAL ECOSYSTEMS OF TRANSPORT AND LOGISTICS SERVICES IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**Annotation**

Article discusses the development of digital ecosystems of platform-type transport and logistics services, discusses the logistics of sustainable development based on the use of modern digital technologies. Article analyzes modern global initiatives in the field of green logistics, which have a significant impact on efficiency and competitiveness of supply chains. Digital platforms that perform the key role of system integrators of sustainable development in logistics are investigated, and forecast of their use is given. Model of digital ecosystem of transport and logistics services has been formed, based on interaction, competition, collaboration and cooperation.

**Keywords**

Digital ecosystems, transport, logistic, development.

**Введение**

Во всем мире интерес к охране окружающей среды и приобретению экологически чистых продуктов (зеленая концепция) становится все более популярным. На государственном уровне в ряде стран продолжаются усилия по разработке наиболее общих правовых рамок, направленных на защиту окружающей среды. Производители понимают, насколько важно обеспечить наличие экологически чистой продукции на полках магазинов. Для этого они начинают использовать так называемые зеленые практики. Эта концепция основана на устойчивом подходе к развитию общества, в основе которого лежит несколько составляющих и идея реализации требований современного общества без ущерба для способностей будущих поколений [1]. Оценка воздействия логистических процессов на окружающую среду является объектом исследования зеленой логистики [2] и рассматривается как основа «экологического выживания» [3].

Зеленая логистика, или экологистика, в данном контексте представляет собой определенный набор инициатив и мер, направленных на снижение воздействия на окружающую среду, вызванного деятельностью предприятий транспортно-логистической отрасли. Эта концепция логистики влияет на конфигурацию процессов, структур и систем или оборудования при транспортировке, распределении и хранении товаров.

Традиционный подход к логистике часто оставляет в стороне вопросы экологической устойчивости при принятии решений. С другой стороны, цель зеленой логистики — найти баланс между экологией и экономикой. В статье анализируются основные вопросы, связанные с повышением эффективности и устойчивости транспортно-логистических систем.

К основным целям и задачам внедрения зеленого реинжиниринга транспортно-логистических систем относятся:

– оценка негативного влияния логистических операций в цепях поставок, чтобы установить отправную точку для рассмотрения мер по обеспечению устойчивости и контроля их результатов. Одной из наиболее распространенных методик расчета потребления энергии и выбросов парниковых газов являются международные стандарты экологической безопасности;

– разработка мер по снижению загрязнения воздуха, почвы, воды и шума за счет анализа отрицательного воздействия каждой функциональной области логистики, прежде всего связанной с транспортом;

– рациональное использование расходных материалов, повторное применение оборотной тары и переработка упаковочных средств;

– обеспечение устойчивости цепи поставок и экологически безвредной логистики за счет разработки особого дизайна готовой продукции и транспортной упаковки, которые должны быть спроектированы так, чтобы минимизировать их негативное воздействие на окружающую среду.

Для реализации концепции устойчивости в цифровых экосистемах транспортно-логистического обслуживания (ЦЭ ТЛО) необходимо изыскивать эффективные, экономически целесообразные решения, снижающие зависимость транспортного сектора от конъюнктуры топливных рынков при организации грузовых перевозок, повышающих эффективность загрузки подвижного состава, улучшающих характеристики объектов логистической инфраструктуры, способствующих росту инвестиций в обновление материально-технической базы и автоматизацию транспортно-логистических бизнес-процессов, повышающих прозрачность и надежность функционирования транспортно-логистических систем, в том числе для потребителей.

При этом большое внимание уделяется именно цифровым технологиям, которые первоначально рассматривались только как безбумажный документооборот, а в настоящее время в рамках зеленой логистики это комплексное уменьшение экологической нагрузки на окружающую среду [3] и в первую очередь в рамках управления транспортно-логистическими системами.

**Обзор литературы и методология**

Экологической устойчивости (экологическому выживанию) уделяется значительное внимание в теории и в практике, особенно в промышленности. Многие фирмы начали осуществлять инвестирование в более чистые технологии и использование органических или перерабатываемых материалов, при этом основной целью является повышение устойчивости цепи поставок [4].

Следует отметить, что SCM — это хорошо зарекомендовавшая себя область исследований, направленных на отдельную функциональную область, например, на транспортировку, распределение, закупки, но в контексте данного исследования следует выделить устойчивое управление цепями поставок (SSCM). В этом смысле SSCM можно определить согласно Зеурингу и Мюллеру как: «Управление материальными, информационными потоками и потоками капитала, а также сотрудничество между компаниями по всей цепочке поставок с учетом целей всех трех измерений устойчивого развития, т. е. экономическое, экологическое и социальное, которое основывается на требованиях потребителей и заинтересованных сторон» [5, 6].

Глобальные цепи поставок обеспечивают 80 % мировой торговли, но также являются причиной широко распространенных нарушений окружающей среды, труда и прав человека в развивающихся странах. В результате устойчивого управления предполагается, что цепи поставок становятся более эффективными, гуманными и обеспечивают устойчивость на долгосрочную перспективу [7]. При этом устойчивость и цифровизация стали основными взаимосвязанными направлениями трансформации предприятий. Построение сети платформ цифровых двойников может предоставить предприятиям полное представление о продуктах, производстве, цепях поставок, опыте работы с клиентами и прибыльности, что способствует построению устойчивой бизнес-модели [8].

В последнее время появились признаки большей синергии между устойчивостью и управлением цепями поставок, а в некоторых публикациях теперь предполагают, что устойчивое управление цепями поставок напрямую связано с устойчивостью в сфере транспортно-логистического бизнеса [9]. Так, концепция устойчивого развития стала ключевой основой для создания транспортной инфраструктуры и систем материального снабжения в городах. В результате эксперимента установлено, что с увеличени-

ем грузоподъемности транспортного средства кумулятивное негативное влияние цепочки поставок уменьшается [10].

Теперь основное внимание уделяется развитию экономики замкнутого цикла, которая обеспечивает эффективность использования материалов и энергии. Цифровизация дает новые возможности для улучшения использования утилизируемых материалов [11]. Например, используя некоторые цифровые инструменты, такие как ИТ-платформа TradeCloud, фокусная компания подключается к своим поставщикам и клиентам. Через эту платформу происходит управление информационными, материальными и финансовыми потоками в цепи поставок [12].

Ключевые обещания четвертой промышленной революции, названной концепцией «Индустрия 4.0», заключаются в обеспечении полной прозрачности в реальном времени от поставщиков к клиентам партий любого размера и любого количества наименований, связанных процессов и децентрализованного автономного управления [13]. Данные рассматриваются как ресурс, и совместное использование данных делает возможным создание конкурентоспособных цепей поставок и современных бизнес-моделей цифровых платформ. Рецепт для этих конкурентных цепей поставок больше не будет зависеть от того, как разные компании заключают контракты для обмена данными в своих существующих бизнес-сетях, а от того, как эти компании делают их доступными для других участников рынка [14].

В настоящее время цифровые платформы представляют собой достаточно распространенное явление, которое бросает вызов традиционным логистическим операторам, изменяя то, как мы потребляем и предоставляем цифровые продукты и услуги. Традиционный подход в логистике предполагает получение добавленной стоимости только в рамках деятельности самой компании и ее цепи поставок, а в случае применения цифровых платформ создаются целые экосистемы независимых субъектов, совместно создающих добавленную стоимость [15].

В работе [16] уделено внимание структурно-трансформационным процессам, позволяющим развивать сетевую конвергенцию, а также расширять информационно-аналитическое пространство на региональном, национальном и глобальном уровне. Отмечены преимущества функционирования интегрированных цифровых платформ транспортно-логистического обслуживания как в рамках отдельного государства, так и международных интегрированных цифровых платформ, благодаря устранению пространственных и временных барьеров взаимодействия участников перевозочных процессов. Следует упомянуть исследование Центра стратегических исследований «Государство как платформа» [11], в котором граждане и бизнес рассматриваются как основные получатели государственных услуг в электронной форме, а все пользователи работают с единой базой данных с разными уровнями доступа. При этом дополнительный синергетический эффект для бизнеса достигается за счет применения передовых методов сетевого взаимодействия, управления сетевым поведением, а также «за счет гиперконкурентного творческого нейромаркетинга, менеджмента, логистики и т. д.» [11, с. 1198].

В рамках Евразийского Экономического пространства результаты проведенных исследований также свидетельствуют о существенных цифровых дивидендах при преобразовании сферы услуг [17, с. 3] (рис. 1). Наиболее важным является формирование такой платформы, которая позволяет устранить правовые барьеры, также в [15] было доказано, что электронная логистика является ключевым фактором роста экономики страны, а наиболее важными показателями, определяющими удовлетворенность клиентов логистическими услугами, являются минимальное время доставки, эффективные методы оплаты и использование информационных технологий.

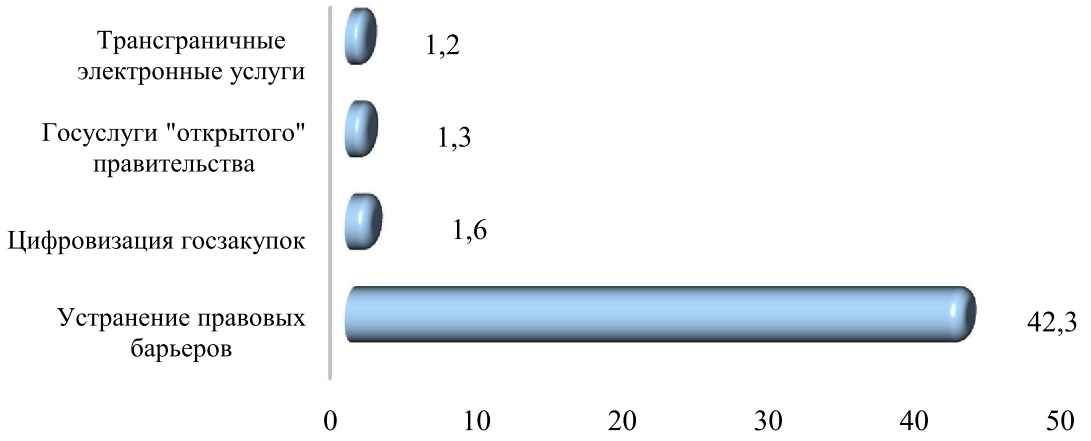


Рисунок 1 — **Цифровые дивиденды от внедрения цифровой повестки ЕАЭС с 2025 г., млрд долл.** [17, с. 3]

**Результаты и обсуждение**

Внедрение современных цифровых технологий через прозрачность цепей поставок может быть решением этой проблемы, включая прослеживаемость материальных, информационных и финансовых потоков в цифровых экосистемах транспортно-логистического обслуживания на всех этапах доставки товаров от производителей до конечных пользователей (рис. 2). При этом повышение эффективности функционирования транспортно-логистических систем следует рассматривать через призму внедрения интегрированных цифровых платформ, которые представляют собой фокусное звено и информационно-аналитическое ядро цепей поставок, объединяющее всех участников на различных уровнях управления процессами товародвижения.

Однако следует признать тот факт, что в настоящее время транспортно-логистическая отрасль не отличается высокой степенью устойчивости. Компании сталкиваются со значительными препятствиями при реализации экологической политики в сфере логистики, что связано, прежде всего, с недостаточным уровнем формирования интегрированных цифровых платформ, взаимодействия с государственными структурами, а для международных цепей поставок — с таможенными органами. В связи с этим следует отметить такой проект, как «цифровая таможня», который активно внедряется ФТС России.

Важно отметить, что существенным условием повышения эффективности функционирования современных транспортно-логистических систем в настоящее время является снижение негативного воздействия транспорта на окружающую среду в логистической цепочке. Это можно обеспечить не только за счет применения более высоких экологических стандартов, ограничивающих выбросы, но и за счет использования современных цифровых технологий и логистических информационных систем, которые помогают управлять заказами, планировать маршруты доставки, определять приоритеты распределения нагрузки на транспортные средства [18].

Кроме того, в своей логистической практике предприятиям необходимо широко использовать современные информационные системы электронного документооборота и обмена данными, чтобы повысить свою конкурентоспособность на транспортно-логистическом рынке.

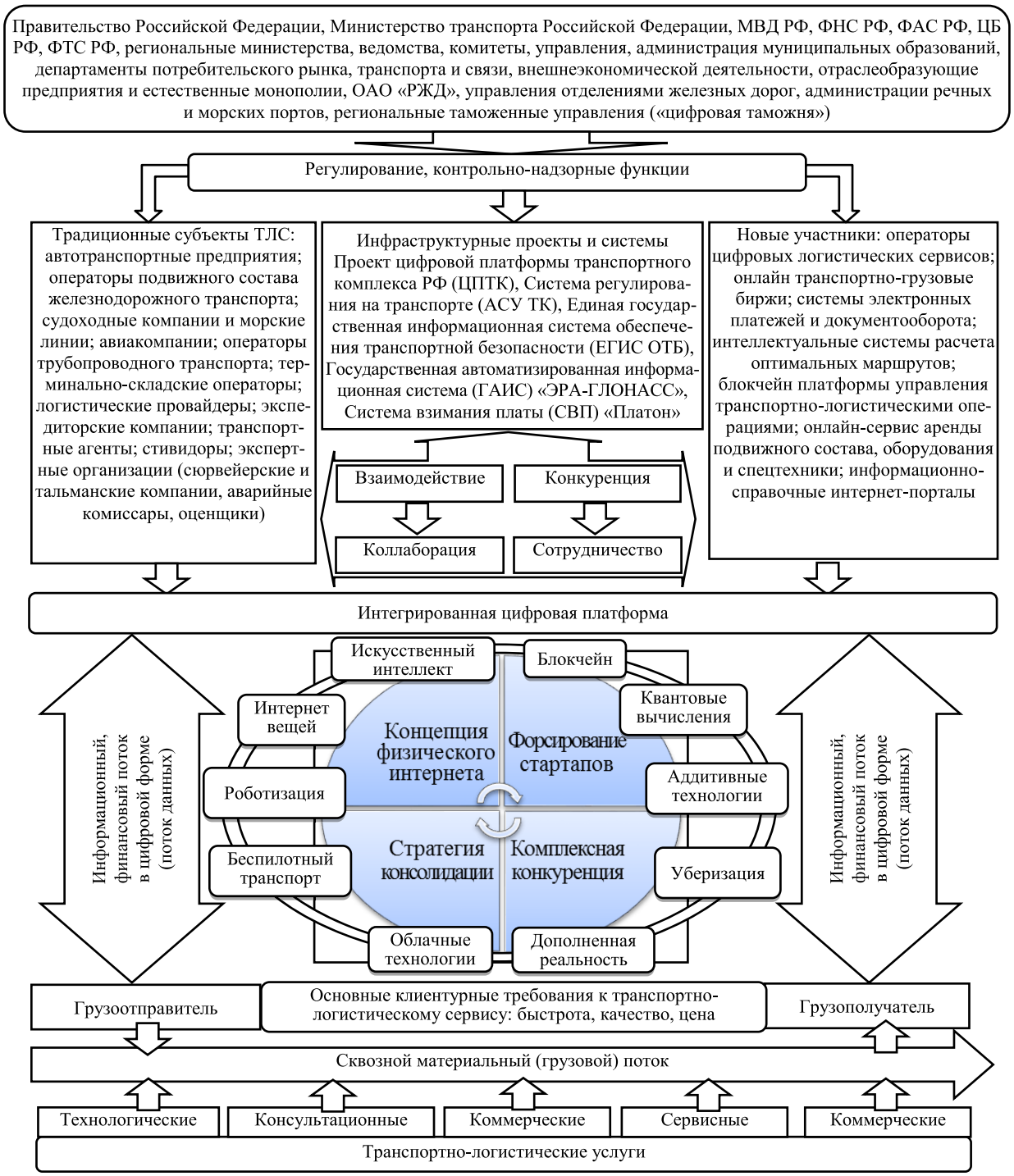


Рисунок 2 — **Модель цифровой экосистемы транспортно-логистического обслуживания**

**Выводы**

Новые цифровые информационные технологии вынуждают все больше и больше компаний использовать эти технологии в качестве факторов повышения эффективности и снижения затрат на производство и обслуживание. Спрос на внедрение новых методов и технологий возрастает по мере того, как инновации привлекают новых клиентов. Это дает предприятиям дополнительное конкурентное преимущество [19]. Так, интермодальные транспортно-логистические системы достигают высоких показателей за счет внедрения новых форм информационного и коммуникационного взаимо-

действия между различными звеньями транспортно-логистической цепочки, в том числе государственными контрольными органами. И одним из ключевых критериев эффективности таких систем является степень цифровизации их бизнес-процессов.

Таким образом, если деятельность в области управления цепями поставок осуществляется в соответствии с государственным регулированием и соответствует ожиданиям клиентов, у транспортно-логистических компаний появляется стимул развивать зеленые практики. Зеленое движение — это не только мышление, имидж компании, стратегия, но и фактор успеха функционирования цепей поставок.

**Библиографический список**


1. *Dmitriev, A.* Environmentally friendly supply chains // Green supply chain an environmental approach to today's industry // ESTIEM Magazine. — 2013. — Issue 44. — P. 52–54.

2. *Бережная, Л. Ю.* Анализ тенденций развития зеленой логистики // Логистика и управление цепями поставок. — 2018. — № 2 (85). — С. 52–55.

3. *Осинцев Н. А., Рахмангулов А. Н., Багинова В. В.* Инновации в сфере зеленой логистики // Мир транспорта. — 2018. — № 2 (75). — С. 196–211.

4. *Dong, C., Li, Q., Shen, B., Tong, X.* Sustainability in supply chains with behavioral concerns // Sustainability. — 2019. — № 11. — P. 40–71.

5. *Fritz, M. M. C.* Sustainable supply chain management // *Leal, Filho W., Azul, A., Brandli, L., Özuyar, P., Wall, T. (eds.)* Responsible consumption and production. Encyclopedia of UN Sustainable development goals. — Springer, Cham, 2019.

6. *Seuring, S, Müller, M.* Integrated chain management in Germany — identifying schools of thought based on a literature review // Clean Prod. — 2007. — № 15. — P. 699–710.

7. *Bird, R. C., Soundararajan, V.* From suspicion to sustainability in global supply chains // 7 Tex. A&M L. Rev. — 2020. — № 383.

8. *Li, X., Cao, J., Liu, Z., Luo, X.* Sustainable business model based on digital twin platform network: The inspiration from haier's case study in China // Sustainability. — 2020. — № 12 (3). — P. 1–26.

9. *Nieuwenhuis, P., Touboulic, A., Matthews, L.* Is sustainable supply chain management sustainable? // Sustainable development goals and sustainable supply chains in the post-global economy. — Berlin : Heidelberg, 2019. — P. 13–30.

10. *Rossolov, A., Lobashov, O., Kopytkov, D., Naumov, V.* Sustainable suburban supply chain // Transportation Research Procedia. — 2020. — Vol. 45. — P. 795–802.

11. *Salminen, V., Ruohomaa, H., Pöykkö, T.* From supply chain to digital circular value chain // 2016 International conference on production research — Africa, Europe and the Middle East and 4th International conference on quality and innovation in engineering and management, 2020.

12. *Jansen, J. H., Kaledinova, E., Wolter, A.* Integration of supply chain through the TradeCloud IT platform. Projects: IT platforms in Supply Chain Finance Case study Supply Chain Finance: IT platform for SMEs, 2020.

13. *Kayikci, Y.* Sustainability impact of digitization in logistics // Procedia Manufacturing. — 2018. — № 21. — P. 782–789.

14. *Huttunen, H., Seppala, T., Lahteenmaki, I., Mattila, J.* What are the benefits of data sharing? // Uniting supply chain and platform economy perspectives. — 2019.

15. Digital platform ecosystems / A. Hein, M. Schreieck, T. Riasanow, etc. // Electronic Markets. — 2020. — № 30 (1).

16. *Fritz, M. M. C.* Sustainability management in supply chains: developing a supply chain view to operationalise sustainability among multiple supply chain stakeholders, 2020.

17. Цифровая повестка Евразийского экономического союза до 2025 г. Перспективы и рекомендации // Всемирный банк. — 2017.

18. *Дмитриев, А. В., Нос, В. А.* Развитие мультимодальных транспортно-логистических систем // Логистика и управление цепями поставок : сб. науч. трудов / под ред. В. В. Щербакова, Е. А. Смирновой. — СПб., 2021. — С. 48–53.

19. *Рудых, Е. С.* Цифровая экономика: курс в 2017 г. [Электронный ресурс]. — URL: http://files.runet-id.com/2016/itogi2016/presentations/14dec.itogi2016-1-12-30-13-30--rydih.pdf.

**Bibliographic list**

1. *Dmitriev, A.* Environmentally friendly supply chains // Green supply chain an environmental approach to today's industry // ESTIEM Magazine. — 2013. — Issue 44. — P. 52–54.

2. *Berezhnaya, L. Yu.* Analysis of trends in development of green logistics // Logistics and supply chain management. — 2018. — № 2 (85). — P. 52–55.

3. *Osintsev, N. A., Rakhmangulov, A. N., Baginova, V. V.* Innovations in the field of green logistics // World of transport. — 2018. — № 2 (75). — P. 196–211.

4. *Dong, C., Li, Q., Shen, B., Tong, X.* Sustainability in supply chains with behavioral concerns // Sustainability. — 2019. — № 11. — P. 40–71.

5. *Fritz, M. M. C.* Sustainable supply chain management // *Leal, Filho W., Azul, A., Brandli, L., Özuyar, P., Wall, T. (eds.)* Responsible consumption and production. Encyclopedia of UN Sustainable development goals. — Springer, Cham, 2019.

6. *Seuring, S, Müller, M.* Integrated chain management in Germany — identifying schools of thought based on a literature review // Clean Prod. — 2007. — № 15. — P. 699–710.

7. *Bird, R. C., Soundararajan, V.* From suspicion to sustainability in global supply chains // 7 Tex. A&M L. Rev. — 2020. — № 383.

8. *Li, X., Cao, J., Liu, Z., Luo, X.* Sustainable business model based on digital twin platform network: The inspiration from haier's case study in China // Sustainability. — 2020. — № 12 (3). — P. 1–26.

9. *Nieuwenhuis, P., Touboulic, A., Matthews, L.* Is sustainable supply chain management sustainable? // Sustainable development goals and sustainable supply chains in the post-global economy. — Berlin : Heidelberg, 2019. — P. 13–30.

10. *Rossolov, A., Lobashov, O., Kopytkov, D., Naumov, V.* Sustainable suburban supply chain // Transportation Research Procedia. — 2020. — Vol. 45. — P. 795–802.

11. *Salminen, V., Ruohomaa, H., Pöykkö, T.* From supply chain to digital circular value chain // 2016 International conference on production research — Africa, Europe and the Middle East and 4th International conference on quality and innovation in engineering and management, 2020.

12. *Jansen, J. H., Kaledinova, E., Wolter, A.* Integration of supply chain through the TradeCloud IT platform. Projects: IT platforms in Supply Chain Finance Case study Supply Chain Finance: IT platform for SMEs, 2020.

13. *Kayikci, Y.* Sustainability impact of digitization in logistics // Procedia Manufacturing. — 2018. — № 21. — P. 782–789.

14. *Huttunen, H., Seppala, T., Lahteenmaki, I., Mattila, J.* What are the benefits of data sharing? // Uniting supply chain and platform economy perspectives. — 2019.

15. Digital platform ecosystems / A. Hein, M. Schreieck, T. Riasanow, etc. // Electronic Markets. — 2020. — № 30 (1).

16. *Fritz, M. M. C.* Sustainability management in supply chains: developing a supply chain view to operationalise sustainability among multiple supply chain stakeholders, 2020.

17. Digital agenda of the Eurasian Economic Union until 2025 Prospects and recommendations // World Bank. — 2017.

18. *Dmitriev, A.V., Nos, V. A.* Development of multimodal transport and logistics systems // Logistics and supply chain management : collection of scient. articles / ed. by V. V. Shcherbakov, E. A. Smirnova. — SPb., 2021. — P. 48–53.

19. *Rudykh, E. S.* Digital Economy: course in 2017 [Electronic resource]. — URL: http://files.runet-id.com/2016/itogi2016/presentations/14dec.itogi2016-1-12-30-13-30--rydih.pdf.

*DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.003*

***Е. В. Добролежа, А. Н. Кузьминов, Н. В. Бухов, А. А. Рябченко, С. В. Романенко***

# АНАЛИЗ УСТОЙЧИВОГО СБАЛАНСИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

**Аннотация**

Несмотря на отсутствие единой методологии концепции «устойчивое развитие региона» при формировании стратегий социально-экономического развития субъектами Российской Федерации система целеполагания зачастую базируется на синергии обеспечения социального благополучия населения (человека), повышения конкурентоспособности и реализации целей смежных политик в условиях экономического роста и сохранения равновесного состояния при возникновении негативных факторов. Анализ фактологических данных по Ростовской области позволил дать оценку устойчивости региональной экономики в условиях дестабилизации геополитической ситуации и пандемии.

**Ключевые слова**

Устойчивое социально-экономическое развитие региона, сбалансированность региональной экономики.

***E. V. Dobrolezha, A. N. Kuzminov, N. V. Bukhov, A. A. Ryabchenko, S. V. Romanenko***

# ANALYSIS OF SUSTAINABLE BALANCED ECONOMIC DEVELOPMENT OF ROSTOV REGION

**Annotation**

Despite the absence of unified methodology for concept of «sustainable development of region» in formation of socio-economic development strategies by subjects of Russian Federation, goal-setting system is often based on synergy of ensuring the social well-being of population (human), increasing competitiveness and implementing the goals of related policies in conditions of economic growth and maintaining an equilibrium state in event of negative factors. Analysis of factual data on Rostov region allowed us to assess the stability of regional economy in context of destabilization of geopolitical situation and pandemic.

**Keywords**

Sustainable socio-economic development of region, balance of regional economy.

## Введение

Идея устойчивого развития занимает умы исследователей на протяжении уже более 35 лет. Этой сложной и многогранной концепции уделено внимание в теоретических, методологических и прикладных исследованиях многих ученых. Она получила широкое обсуждение в 1987 г. после доклада «Наше общее будущее» в ходе работы Международной комиссии по окружающей среде и развитию. Гру Харлем Брундтланд, руководитель комиссии, в своем докладе определила, что «устойчивое развитие отвечает потребностям настоящего, не ставя под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности» [4].

С течением времени исследователи глубоко погружались в осмысление содержания устойчивого развития, и к настоящему времени эта концепция основана на взаимодополняемом эффекте экономической, социальной и экологической составляющих устойчивого развития для достижения экономического роста, высокого уровня жизни человека, долгосрочной сбалансированности всех сфер жизни общества с соблюдением воспроизводимости ресурсов, обеспечивающих качественную жизнь настоящего и будущих поколений.

Концепция устойчивого развития учитывается в ходе разработки целей и стратегий социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, уточнения мероприятий и приоритетов развития в условиях роста самостоятельности регионов, высокой ответственности за результаты устойчивого экономического развития. Большое значение отводится регулярному мониторингу оценки устойчивости региональной экономики, выявлению сдерживающих проблем и поиску инструментов их нивелирования. Такой подход и определяет актуальность проведения обозначенного мониторинга на примере Ростовской области.

**Материалы и методы**

В ходе исследования применялись методы анализа теоретических и практических источников, научных обобщений, принципов цикличного развития и другие.

**Анализ ситуации**

Анализ устойчивого сбалансированного развития региона предлагаем осуществить на основе оценки эффективности по направлениям: структуры экономики, трудовых ресурсов, инновационного развития, социальной эффективность региона. В качестве результирующего интегрального показателя оценку устойчивости социально-экономического развития региональной экономики дополним расчетом соответствия средней продолжительности жизни душевому валовому региональному продукту. Считаем, что продолжительность жизни является многофакторным показателем, который определяется образом и качеством жизни, уровнем доходов, воспитания и образования, наследственности гражданина, уровнем комфорта и загрязнения окружающей среды, качеством питания, развитостью системы здравоохранения, уровнем преступности и многих других. В свою очередь, расчет продолжительности жизни во взаимосвязи с душевым валовым региональным продуктом дает возможность оценить соответствие уровня жизни каждого гражданина региона достигнутому уровню региональной экономики на определенный момент времени. Данные направления позволят в комплексе оценить устойчивое сбалансированное развитие Ростовской области [10, с. 4].

Эффективность структуры экономики Ростовской области охарактеризуем расчетом показателей темпов роста валового регионального продукта (ВРП), доли обрабатывающих производств в валовой добавленной стоимости (ВДС), доли оптовой и розничной торговли в ВДС, доли сельского хозяйства в ВДС [18, с. 6].

На рисунке 1 представлена динамика ВРП и его темпа прироста по Ростовской области и темпа прироста ВВП Российской Федерации и инфляции за 2011–2019 гг.

За 2011–2019 гг. ВРП Ростовской области вырос на 871,8 млрд руб., или в 2,13 раза. За указанный период темп прироста ВРП Ростовской области сохранял устойчивую динамику к росту, превосходя динамику темпа прироста ВВП Российской Федерации за все годы, кроме 2011 г., 2017 г. и 2018 г. Также стоит отметить, что темпы прироста ВРП Ростовской области за 2011–2019 гг. были выше, чем уровень инфляции в Российской Федерации, кроме 2014 г., что связано с введением санкций Европейскими государствами. В последующие годы негативный эффект от внедрения санкций нивелировался реализацией политики импортозамещения.

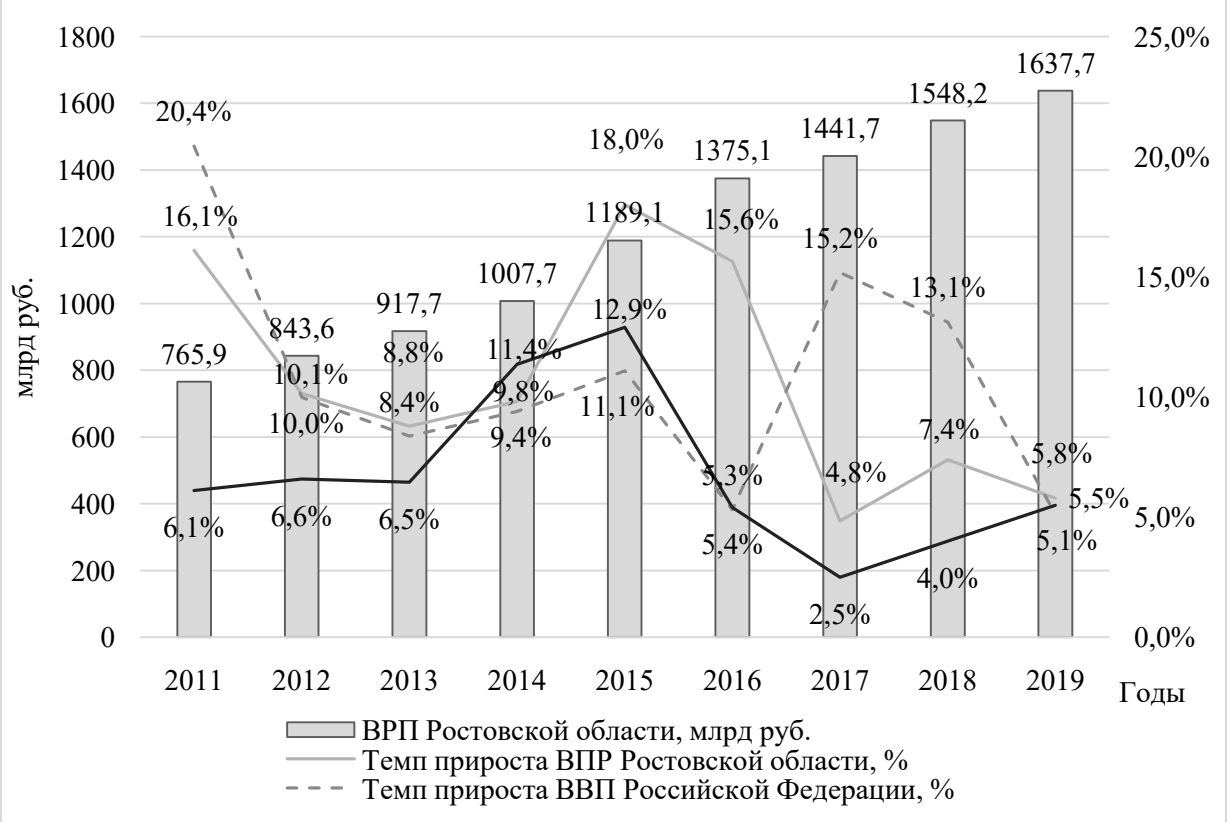


Рисунок 1 — **Динамика ВРП, темпа прироста ВРП Ростовской области, темпа прироста ВВП Российской Федерации и инфляции за 2011–2019 гг.***

** Составлен по материалам [6, 13–15].*

Данные таблицы 1 отражают участие обрабатывающих производств, оптовой и розничной торговли, сельского хозяйства в валовой добавленной стоимости Ростовской области и Российской Федерации в 2011–2019 гг.

Таблица 1 — **Доля обрабатывающих производств, оптовой и розничной торговли и сельского хозяйства в валовой добавленной стоимости Ростовской области и Российской Федерации за 2011–2019 гг.***

| Год | Ростовская область | | | Российская Федерация | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Доля сельского хозяйства в ВДС, % | Доля обрабатывающих производств в ВДС, % | Доля оптовой и розничной торговли в ВДС, % | Доля сельского хозяйства в ВДС, % | Доля обрабатывающих производств в ВДС, % | Доля оптовой и розничной торговли в ВДС, % |
| 2011 | 11,8 | 19,3 | 19,3 | 4,7 | 17,8 | 19,4 |
| 2012 | 11,2 | 17,9 | 19,7 | 4,2 | 17,3 | 18,2 |
| 2013 | 10,6 | 17,5 | 19,9 | 4,2 | 17,2 | 18,5 |
| 2014 | 12,1 | 17,0 | 19,4 | 4,8 | 16,5 | 19,3 |
| 2015 | 13,6 | 17,9 | 18,8 | 5,2 | 17,1 | 18,1 |
| 2016 | 12,4 | 20,0 | 18,1 | 5,0 | 17,0 | 17,0 |
| 2017 | 11,1 | 20,6 | 17,9 | 4,6 | 17,4 | 16,7 |
| 2018 | 10,2 | 20,9 | 17,8 | 4,3 | 18,0 | 15,8 |
| 2019 | 10,7 | 17,7 | 16,0 | 4,1 | 16,8 | 14,2 |

** Составлена по материалам [12–15].*

За 2011–2019 гг. в Ростовской области среднее значение доли сельского хозяйства в ВДС составило 11,5 %, что на 6,9 % больше, чем среднее значение по Российской Федерации (4,6 %). Наибольшее значение доли сельского хозяйства в ВДС в Ростовской области, как и в Российской Федерации зафиксировано в 2015 г., что отчасти связано с политикой импортозамещения и развитием сельского хозяйства. Среднее значение доли обрабатывающих производств в ВДС в Ростовской области за 2011–2019 гг. составило 18,7 %, что на 1,5 % больше, чем среднее значение по Российской Федерации (17,2 %), а среднее значение доли оптовой и розничной торговли в ВДС в Ростовской области составило 18,5 %, что на 1,1 % больше, чем среднее значение по Российской Федерации (17,4 %). В целом структура ВДС в Ростовской области более сбалансирована, чем в среднем по Российской Федерации.

Для оценки эффективности трудовых ресурсов в Ростовской области проведем анализ производительности труда, средней численности занятых в расчете на одно предприятие, доли занятых в экономике с высшим профессиональным образованием [18, с. 6].

На рисунке 2 представлена динамика индекса производительности труда по Ростовской области и Российской Федерации за 2011–2020 гг.

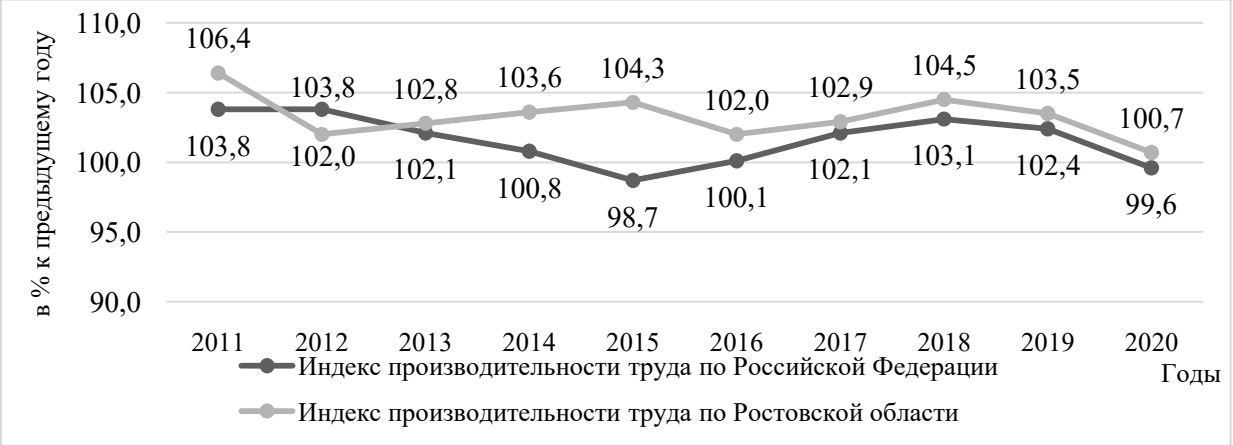


Рисунок 2 — **Динамика индекса производительности труда по Ростовской области и Российской Федерации за 2011–2020 гг., в % к предыдущему году***

** Составлен по материалам [5].*

За 2011–2020 гг. темп роста индекса производительности труда по Ростовской области был выше, чем среднее значение по Российской Федерации, за исключением 2012 г., что в целом позволяет характеризовать выявленную динамику как положительную в социально-экономическом развитии Ростовской области.

На рисунке 3 представлена динамика доли занятого населения по уровню образования в Ростовской области за 2017–2020 гг. За этот период в Ростовской области произошли изменения в структуре занятого населения по уровню образования: удельный вес занятого населения, имеющего высшее профессиональное образование, вырос на 7,7 % и составил 37,6 % на фоне снижения на 4,4 % удельного веса занятого населения, имеющего среднее профессиональное образование (доля такого населения составила 40,2 %); удельный вес занятого населения, имеющего среднее общее образование, снизился на 5,1 % и составил 16,0 % на фоне роста доли занятого населения, имеющего основное общее образование на 1,8 % (доля такого населения составила 5,9 %); доля занятого населения, не имеющего основного общего образования, осталась неизменным (0,3 %).

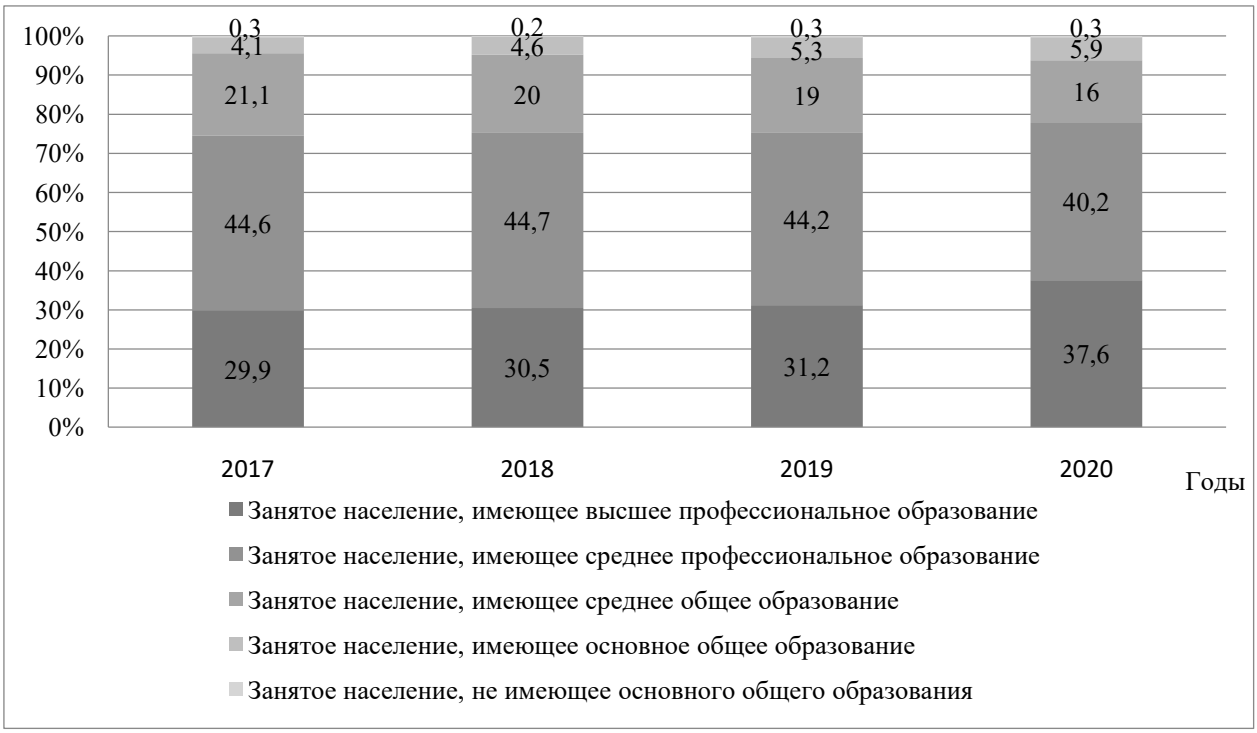


Рисунок 3 — **Динамика доли занятого населения по уровню образования в Ростовской области за 2017–2020 гг., в %***

** Составлен по материалам [15].*

В целом наблюдаемые изменения в структуре занятого населения по уровню образования положительно характеризуют тенденции социально-экономического развития Ростовской области.

На рисунке 4 представлена динамика средней численности занятого населения в расчете на одно предприятие в Ростовской области за 2017-2020 гг.

Рисунок 4 — **Динамика средней численности занятого населения в расчете на одно предприятие в Ростовской области за 2017-2020 гг., в %***

** Составлен по материалам [15].*

За 2017–2020 гг. в Ростовской области средняя численность занятого населения в расчете на одно предприятие увеличилась на 2 чел. и составила 30. Данное увеличение вызвано более низкими темпами отрицательного прироста трудовых ресурсов (-0,52 % в среднем за период) по сравнению с темпами отрицательного прироста количества предприятий и организаций (-3,08 % в среднем за период).

Оценку инновационного развития региона охарактеризуем на основе анализа показателей внутренних текущих затрат на исследования и разработку на душу населения; доли численности персонала, занятого исследованиями и разработками, в общей численности населения; удельного веса предприятий, осуществляющих технологические инновации; доли объема инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг [18, с. 7]. Динамика данных показателей по Ростовской области представлена в таблице 2.

Таблица 2 — **Динамика показателей эффективности инновационного развития Ростовской области за 2011-2020 гг.***

| Год | Внутренние текущие затраты на исследования и разработки на душу населения, тыс. руб./чел. | Удельный вес предприятий, осуществляющих технологические инновации в общем числе предприятий, % | Доля объема инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, % | Доля численности персонала, занятого исследованиями и разработками, в общей численности населения |
|---|---|---|---|---|
| 2011 | 1,57 | 5,8 | 4,9 | 0,0038 |
| 2012 | 1,88 | 8,1 | 7,1 | 0,0029 |
| 2013 | 2,19 | 7,2 | 8,9 | 0,0029 |
| 2014 | 2,17 | 8,8 | 10,9 | 0,0030 |
| 2015 | 3,48 | 9,2 | 14,3 | 0,0030 |
| 2016 | 3,23 | 7,8 | 14,5 | 0,0029 |
| 2017 | 3,24 | 7,7 | 10,6 | 0,0028 |
| 2018 | 3,12 | 16,9 | 5,8 | 0,0028 |
| 2019 | 3,80 | 32 | 4,9 | 0,0029 |
| 2020 | 3,50 | 33,7 | 8,5 | 0,0029 |
| Начиная с 2017 г. была изменена методология, по которой определяются предприятия, осуществляющие технологические инновации. Этим обосновано резкое изменение удельного веса предприятий в 2018-2020 гг. | | | | |

** Составлена по материалам [1, 8, 14, 16, 19].*

За 2011-2020 г. в Ростовской области наблюдается рост с колебанием величины внутренних текущих затрат на исследования и разработки на душу населения, данный показатель за весь период вырос на 1,93 тыс. руб./чел., или в 2,23 раза. Удельный вес предприятий, осуществляющих технологические инновации в общем числе предприятий, в последние годы (2019–2020 гг.) составляет 32–33,7 %, что свидетельствует об эффективности реализации мер Правительства по развитию и внедрению инноваций. Доля объема инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг в Ростовской области значительно снизилась с 2017 г., что отчасти может быть связано с введением санкций Европейскими государствами против Российской Федерации. Доля численности персонала, занятого исследованиями и разработками, в общей численности населения на протяжении всего периода не сильно колебалась: рост данного показателя в 2014–2015 гг. отчасти связан с миграцией

научных сотрудников с Донецкой и Луганской Народных Республик на территорию Ростовской области (ближайшая территория), вызванных военными действиями.

Оценку социальной эффективности развития региона проведем на основе анализа показателей средней продолжительности жизни населения, естественного прироста (убыль), реальных денежных доходов населения, численности населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума [18, с. 7].

Динамика показателей социальной эффективности Ростовской области за 2011–2020 гг. представлена в таблице 3.

Таблица 3 — **Динамика показателей социальной эффективности развития Ростовской области за 2011–2020 гг.***

| Год | Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, лет | Коэффициент естественного прироста населения на 1000 человек населения | Реальные денежные доходы населения, % к предыдущему периоду | Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, % от общей численности |
|---|---|---|---|---|
| 2011 | 70,28 | -3,4 | 100,5 | 15,2 |
| 2012 | 71,02 | -2,3 | 106,4 | 12,9 |
| 2013 | 71,39 | -2,1 | 108,1 | 12,9 |
| 2014 | 71,3 | -2 | 102,7 | 12,9 |
| 2015 | 71,9 | -1,8 | 98,7 | 14 |
| 2016 | 72,2 | -2,3 | 95,7 | 14 |
| 2017 | 72,7 | -3,1 | 98,7 | 13,9 |
| 2018 | 73,21 | -3,8 | 102,3 | 13,2 |
| 2019 | 73,69 | -4,3 | 100,9 | 13,4 |
| 2020 | 72,04 | -6,8 | 98,6 | 13 |

** Составлена по материалам [7, 9, 11, 14, 18].*

Согласно представленным в таблице 3 данным можно сделать вывод, что в Ростовской области за 2011–2020 гг. показатель ожидаемой продолжительности жизни населения при рождении увеличивался (кроме 2020 г.), что является положительной тенденцией; коэффициент естественного прироста характеризуется убылью населения, что отрицательно сказывается на социальной составляющей развития региона. Хоть данная убыль населения иногда перекрывает показателем миграции, однако отрицательный показатель естественного прироста населения свидетельствует о наличии социальных проблем в регионе. Реальные денежные доходы населения Ростовской области характеризуются положительным ростом, кроме 2015–2017 гг. (что связано с введением санкций Европейскими государствами) и 2020 г. (что связано с распространением новой коронавирусной инфекции и ее последствий на экономику). Динамика изменения численности населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума в некоторой степени взаимосвязана с реальными денежными доходами населения, и причины изменения данных показателей отчасти связаны.

В качестве сводного интегрального показателя оценки устойчивости социально-экономического развития региональной экономики предлагаем использовать оценку соответствия уровня жизни каждого гражданина региона достигнутому уровню региональной экономики на определенный момент времени на основе расчета показателя «Продолжительность жизни-душевой ВРП», учитывающего среднюю продолжительность жизни и душевой валового региональный продукт [3, с. 49], [10] по формуле [10, с. 52]:

$$I = \sqrt{ПЖ_t \times ВРП_{душ,t}}, \quad (1)$$

где *ПЖt* — средняя продолжительность жизни при рождении (лет);
*ВРПдуш,t* — душевой валовой региональный продукт (за год), руб./чел.

Оценка показателя «Продолжительность жизни-душевой ВРП» по Ростовской области и Российской Федерации на основе данных Федеральной службы государственной статистики за 2011–2019 гг. была проведена по формуле 1 и отражена на рисунке 5 [14, 9, 17].

Рисунок 5 — **Результаты расчетов соответствия продолжительности жизни душевому ВРП по Ростовской области и Российской Федерации за 2011-2019 гг.**

Динамика показателя «Продолжительность жизни-душевой ВРП» по Ростовской области за 2011–2019 гг. свидетельствует об устойчивом социально-экономическом развитии региона, что подтверждается стабильным ростом данного показателя (среднегодовой темп прироста составляет 5,29 %, а изменение показателя за период — увеличение на 1,81 п. п.) и корреляцией роста аналогичного показателя в целом по Российской Федерации.

**Выводы**

Проведенный анализ устойчивого сбалансированного развития Ростовской области позволяет сделать вывод о развитости экономики региона, способной обеспечивать устойчивость благодаря демонстрируемым показателям роста, несмотря на санкции, введенные против Российской Федерации, и проблемы в социальной составляющей региона, которые на данном этапе не оказывают сильного негативного влияния на сбалансированное развитие, однако могут привести к более серьезным проблемам в будущем.

**Библиографический список**

1. Внутренние затраты на научные исследования и разработки [Электронный ресурс]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d03/20-05.doc.

2. *Добролежа, Е. В.* Макроэкономические факторы влияния на региональную экономику // Рыночная экономика и финансово-кредитные отношения: ученые записки. — Ростов-на-Дону, 2012. — Вып. 18. — С. 6–10.

3. *Довченко, Ю. В.* Сравнительная оценка социально-экономической эффек-

тивности развития регионов Центрального федерального округа РФ // Вопросы статистики. — 2004. — № 12. — С. 48–57.

4. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию «Наше общее будущее», 1987 г. [Электронный ресурс]. — URL: http://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf.

5. Индекс производительности труда по субъектам Российской Федерации [Электронный ресурс]. — URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/ipt2008-2020(08042022).xlsx.

6. Инфляция по данным Росстат // Официальный сайт Статистика и показатели [Электронный ресурс]. — URL: https://rosinfostat.ru/inflyatsiya.

7. Коэффициенты естественного прироста населения на 1000 человек населения [Электронный ресурс]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/02-13.doc.

8. Объем инновационных товаров, работ, услуг [Электронный ресурс]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d03/20-17.doc.

9. Ожидаемая продолжительность жизни при рождении [Электронный ресурс]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/02-15.doc.

10. Социально-экономическая эффективность регионального развития / отв. ред. С. Н. Растворцева. — М., 2011.

11. Реальные денежные доходы населения [Электронный ресурс]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/04-01.doc.

12. Регионы России. Социально-экономические показатели — 2017 г. [Электронный ресурс]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B17_14p/Main.htm.

13. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2019 : стат. сб. / Росстат. — М., 2019.

14. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021 : стат. сб. / Росстат. — М., 2021.

15. Ростовская область в цифрах 2020 : стат. сб. / Ростовстат. — Ростов-на-Дону, 2020.

16. Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций (с 2010 г.) [Электронный ресурс]. — URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/innov_2(2).xls.

17. Численность населения [Электронный ресурс]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/02-01.doc.

18. Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума [Электронный ресурс]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/04-18.doc.

19. Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками [Электронный ресурс]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d03/20-02.doc.

**Bibliographic list**

1. Internal costs for research and development [Electronic resource]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d03/20-05.doc.

2. *Dobrolezha, E. V.* Macroeconomic factors of influence on regional economy // Market economy and financial and credit relations : scient. notes. — Rostov-on-Don, 2012. — Issue 18. — P. 6–10.

3. *Dovchenko, Yu. V.* Comparative assessment of socio-economic efficiency of development of regions of Central Federal District of Russian Federation // Questions of statistics. — 2004. — № 12. — P. 48–57.

4. Report of International Commission on Environment and Development «Our common future», 1987 [Electronic resource]. — URL: http://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf.

5. Labor productivity index for subjects of Russian Federation [Electronic resource]. — URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/ipt2008-2020(08042022).xlsx.

6. Inflation according to Rosstat [Electronic resource]. — URL: https://rosinfostat.ru/inflyatsiya.

7. Coefficients of natural population growth per 1000 people [Electronic resource]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/02-13.doc.

8. Volume of innovative goods, works, services [Electronic resource]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d03/20-17.doc.

9. Life expectancy at birth [Electronic resource]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/02-15.doc.

10. Socio-economic efficiency of regional development / ed. by S. N. Soluttseva. — M., 2011.

11. Real monetary incomes of population [Electronic resource]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/04-01.doc.

12. Regions of Russia. Socio-economic indicators — 2017 [Electronic resource]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B17_14p/Main.htm.

13. Regions of Russia. Socio-economic indicators. 2019 : stat. compilation / Rosstat. — M., 2019.

14. Regions of Russia. Socio-economic indicators. 2021 : stat. compilation / Rosstat. — M., 2021.

15. Rostov region in figures 2020 : stat. compilation / Rostovstat. — Rostov-on-Don, 2020.

16. Share of organizations that carried out technological innovations in reporting year in total number of surveyed organizations (since 2010) [Electronic resource]. — URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/innov_2(2).xls.

17. Population [Electronic resource]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/02-01.doc.

18. Population with monetary incomes below subsistence minimum [Electronic resource]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/04-18.doc.

19. Number of personnel engaged in scientific research and development [Electronic resource]. — URL: https://gks.ru/bgd/regl/B18_14p/IssWWW.exe/Stg/d03/20-02.doc.

***DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.004***

***Т. Б. Ерохина, Т. В. Пархоменко***

## УПРАВЛЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЯ В ЛОГИСТИКЕ ПОСТПАНДЕМИИ И АНТИКРИЗИСНОМ МАРКЕТИНГЕ

**Аннотация**

В статье определены характеристики современного потребителя, пережившего за последние годы несколько кризисов, изменившего свои привычки в потреблении. Отмечается, что политика товарозамещения позволила наладить выпуск товаров, необходимых для потребления, дала толчок для развития отечественной промышленности, и производителям в период кризиса необходимо пересмотреть имеющееся сегментирование, составить новую типологизацию потребителей и выпускать товары и услуги согласно изменившимся условиям и запросам потребителей. Резюмировано мнение в пользу роста объемов логистики последнего звена, спровоцированной пандемией и явившейся триггером для данного направления, демонстрирующего ежегодный прирост.

**Ключевые слова**

Поведение потребителей, логистика, маркетинг, кризис.

*T. B. Erokhina, T. V. Parkhomenko*

# MANAGEMENT OF CONSUMER BEHAVIOR IN POSTPANDEMIC LOGISTICS AND CRISIS MARKETING

**Annotation**

Article defines the characteristics of modern consumer, who has experienced several crises in recent years, changed his habits of consumption; it notes that policy of substitution of goods allowed to establish production of goods necessary for consumption, gave impetus to development of domestic industry and manufacturers during the crisis need to review the existing segmentation, make a new typology of consumers and produce goods and services according to changing conditions and consumer demands; summarized the opinion in favor of growth in volume of logistics of the last link, provoked by pandemic and which was trigger for this direction, showing annual growth.

**Keywords**

Consumer behavior, logistics, marketing, crisis.

**Введение**

У кризисов 2008, 2014 и 2019 гг., а также сегодняшнего влияния мирового комплексного кризиса разнообразные причины, и поведение потребителей влияло на торговые процессы и логистические операции, но глобальных потрясений в российской экономике не произошло. Текущий кризис (2022 г.) является как структурным, так и потребительским, который разорвал производственные и логистические цепочки: иностранные компании после введения санкций частично ушли из России, этот факт не воспринимается как имеющий аналог с уже ранее произошедшими кризисами, сегодня у страны в наличии возможности для поддержания стабильного уровня жизни, практически сняты проблемы безработицы, для многих предпринимателей это «время возможностей».

Возросла потребность в информационной осведомленности, всеобщий доступ к коммуникационному пространству, неумение отличить ложь от правды, вымысел от нагнетания обстановки, фейк от желания привлечь внимание любой ценой и элементарное умение проявлять доверие к источнику сообщений доступно не каждому человеку, когнитивный ресурс может и подвести. Можно с уверенностью сказать, что ажиотажный спрос порождают медиа (телевидение, радио, сайты интернета и др.), пытаясь «правдиво» осветить текущую ситуацию, и нагнетают наступление кризиса, порой более, чем экономические факторы провоцируют потребителей к совершению иррациональных покупок. На практике это неоправданные негативные ожидания, а профиль потребления радикально не изменяется и через некоторое время возвращается в докризисное потребление, зачастую даже на более высоком уровне.

На какое-то время возникает ситуация неопределенности, изменяющая покупательскую способность: спрос есть, но он ограничен еще не набравшим силы импортозамещением и характеризуется в некоторых сферах полным отсутствием предложения, но это временные трудности, как показал опыт жизни после кризиса пандемии коронавируса. Такой спрос никуда не исчезает и существует как отложенный. Следует отметить, что поведение потребителей зависит от уровня информированности и характера побуждения к приобретению, которому должна предшествовать осведомленность как предпосылки покупки, диктующей приспособительное поведение.

Политика товарозамещения позволила наладить выпуск товаров, необходимых для потребления, и дала толчок для

развития отечественной промышленности. Закладывается фундамент для нового витка развития экономики, рынок очищается от всего наносного, временного.

Спрос на некоторые категории товаров резко возрастает, ажиотажным спросом пользуются продовольственные товары длительного срока хранения, продукция бытовой химии, появляются неожиданные тренды в потреблении.

**Материалы и методы**

Конец 2022 г. закрепил тенденцию к осознанному потреблению, кризис стал лакмусовой бумагой для выявления первостепенных и жизненно важных, обязательных потребностей с необходимостью различать потребности и желания, без которых можно обойтись (новый телефон, модные туфли, заграничная поездка).

Правила принятия решения о покупке сегодня существуют как личная проблема, потребительская ценность товаров и услуг оценивается каждым конкретным человеком индивидуально, в зависимости от его личных ресурсов, как экономических, временных, так и когнитивных. Производителям в период кризиса необходимо пересмотреть имеющееся сегментирование, составить новую типологизацию потребителей и выпускать товары и услуги согласно изменившимся условиям и запросам потребителей, ориентируясь на повседневные нужды людей.

Стремление людей к стабильности — это естественное состояние, и грамотный предприниматель рассчитывает структуру текущих расходов, возможность доходов, лишение сбережений среднего потребителя, в этом ему может помочь даже простейшая схематичная типологизация потребителей в кризис, с помощью которой можно предугадать дальнейшие действия представителей определенного сегмента или даже индивидов. В кризис кластеризация потребителей изменяется и отличается от классической: покупатели разделяются на несколько групп, которые объединяются по структуре потребления, как:

– истерики и паникеры;

– совершающие выбор ради экономии ресурсов;

– делающие рациональный выбор;

– демонстрирующие показное благополучие, но ведущие жизнь в кредит;

– массовый потребитель — практически ведет себя традиционно;

– обеспеченный потребитель — кризисные явления не меняют его потребление.

При этом в процесс принятия решения о покупке встраиваются новые мотивации: угроза обесценивания накоплений; спасение накоплений (совершение покупки с целью инвестирования); совершение ранее запланированных крупных покупок. Отдельные элементы процесса принятия решения о покупке в кризис могут быть представлены следующим образом.

1. Кризис страха и испуга — обусловлен инстинктом самосохранения, он дает моментальный, довольно краткосрочный период реагирования на сложившиеся условия, ответная реакция на тревогу, угрозу и желание обеспечить себе, своим близким и семье благоприятные условия, безопасность, желание действовать, не сидеть сложа руки. Реакция, порождающая рисковые действия, но, зная поведение потребителей, можно прогнозировать, что спрос на некоторые категории товаров резко возрастает, ажиотажным спросом будут пользоваться продовольственные товары длительного срока хранения, продукция бытовой химии, появляются неожиданные тренды.

2. Пройдя через отрицание и панику, потребитель вступает в стадию «боязнь рисковать».

В сложный период кризиса целесообразно воспользоваться градацией экономической теории о потребительском поведении, где рассматриваются только две позиции: рациональное поведение потребителей и иррациональное. Считается, что экономическая выгода берет верх и заставляет идти на неоправданный риск.

Предполагается, что рациональный потребитель имеет полную информацию о качестве и свойствах товара, а также ознакомлен с последствиями, наступающими после принятия решения о покупке, но об альтернативных покупках он имеет редко полную информацию, поэтому такую трактовку вопроса невозможно применять в повседневной жизни, в этом виновен человек и «черный ящик» его потребительского сознания.

Иррациональность в поведении покупателя — это не полная противоположность рациональности, которая основана на экономических факторах. Поведение потребителей — это сложный элемент социальной структуры, внешняя среда, его внутренняя мотивационная система порой оказывают решающее влияние на принятие решения о покупке и дальнейшем потреблении продукта. Усредненный покупатель, которых в реальной жизни большинство, является «ограниченно рациональным» (по Г. Саймону) [1]. Человек в кризис прислушивается к информационному пространству, но ограничен в его обработке, его поведение зависит от слухов, сплетен, дезинформации и просто диверсионного сброса информации.

**Результаты**

В ракурсе избранной проблематики статьи представим феномен социального риска и его проявление в потребительском поведении. Степень готовности к риску демонстрирует мотивы потребителя поступать определенным образом, высокая степень характеризует потребителей, обеспокоенных своим благополучием (здоровьем, деньгами, комфортом).

Потребительский риск в кризис связан с реализацией интересов потребителей:

– продукт не соответствует стандартам качества;

– приобретение товаров низкого качества;

– риск приобрести подделку;

– контрафакты и фальсификация;

– хищение персональной информации;

– кибермошенничество;

– злоупотребление доверием;

– парадоксальность процесса потреблять (либо торговать) продукты, товары, услуги, идеи, заведомо грозящие здоровью человека;

– риск безработицы;

– риск инфляции и снижение реальных доходов;

– рост теневой экономики;

– риск приобретения товаров низкого качества;

– отсутствие возможности обмена либо возврата, гарантийного сервиса в отношении приобретенных товаров;

– невозможность связаться с конкретным производителем или его представителем;

– интернет-риски — это новый вид, еще не изученный, но достаточно интенсивный и агрессивно развивающийся: контентный, коммуникативный, технический и даже возможность наступления интернет-зависимости.

**Обсуждение**

Можно обобщить, что потребительский риск — это вероятность негативного результата потребления, возможность убытка, ущерба от принятия неправильного решения, ситуации, неполноты знаний о товаре, спросе и предложении.

Происходит вживание в ситуацию, привыкание к обстоятельствам, люди привыкают к новым ценам и новым реалиям, наступает реакция подавления, вытеснения из сознания неуместного, лишнего содержания объекта, опыт трансформируется в устойчивую привычку, если производитель сможет сохранить намеченный уровень осведомленности, его узнаваемости. Если в докризисный период импульсивные покупки составляли значительную часть совершения приобретения без заранее принятого решения, в период кризиса такую покупку инициируют при встрече с продуктами рискованного характера.

Ретейлеры и производители применяют новые логистические и маркетинговые стратегии: усиление коммуникации с покупателем, что позволяет изу-

чить предпосылки, о чем свидетельствует низкая заинтересованность по отношению к брендам, появление новой лояльности в кризисный период, например:

– принимаются наиболее простые решения о покупке;

– сокращается спрос на услуги;

– может измениться постоянное, привычное место покупки, предпочтение отдается дискаунтерам, магазинам шаговой доступности;

– низкая лояльность по отношению к брендам;

– тратится время на выбор магазина с низкими ценами.

**Выводы**

Механизм борьбы и минимизация рисков заключается в снятии неопределенности путем администрирования, внедрения нормативных актов, экономических и правовых решений.

По истечении определенного времени (для каждого типа потребителей оно различно) наступает новая норма потребления, изменившийся спрос порождает новые тренды: уменьшение размера упаковки, предложение нового ассортимента, происходит рост вторичного рынка (ремаркетинг), желание произвести компенсацию потерянных доходов за счет реализации не пригодившихся товаров во время ажиотажного спроса и колебания валютных курсов.

Дальнейшее развитие онлайн-торговли может быть реализовано для продавцов на базе победы над конкурентами через УТП отечественных и условно азиатских (китайских) товаров. Прогнозирование спроса на товары и услуги в кризис можно охарактеризовать следующим образом. Покупатель приобретает только самое нужное, материальные ресурсы тратятся только на текущие нужды. Все в большей мере проявляется нужда в качественной, высокопроизводительной компьютерной технике, возрастает потребность в доставке до двери, то есть рост объемов логистики последнего звена, спровоцированный пандемией, явился триггером для данного направления, демонстрирующего ежегодный прирост.

**Библиографический список**

1. *Herbert, A. S.* Rationality as process and as product of thought. Richard T. Ely Lecture // American Economic Review. — 1978. — Vol. 68. — № 2. — P. 1–16.

2. *Ерохина, Т. Б., Пархоменко, Т. В.* Маркетинг и логистика как инструменты управления рисками потребителей // Глобальные вызовы, новые риски и приоритеты экономических систем : моногр. : в 2-х т. / под ред. С. В. Бердникова, Н. Г. Кузнецова. — Ростов-на-Дону, 2019. — Т. 2. — С. 226–233.

3. *Ерохина, Т. Б., Пархоменко, Т. В.* Новые реалии систем товародвижения: логистика на дистанции и стремительное развитие электронной торговли // Инфраструктура рынка: проблемы и перспективы : уч. зап. — Ростов-на-Дону, 2021. — Вып. 27. — С. 17–20.

4. *Ерохина, Т. Б., Пархоменко, Т. В.* Трансформация логистических систем и потребительского поведения в условиях пандемии COVID-19 // Вестник ЮРГТУ (НПИ). Сер. Социально-экономические науки. — 2021. — Т. 14. — № 3. — С. 154–161.

5. *Ерохина, Т. Б., Пархоменко, Т. В.* Маркетинговые и логистические коммуникации в процессе распределения продукции // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2019. — № 3 (67). — С. 66–70.

6. *Ерохина, Т. Б., Пархоменко, Т. В.* Маркетинговые исследования изменений сознания потребителей в логистике распределения // Инфраструктура рынка: проблемы и перспективы : уч. зап. — Ростов-на-Дону, 2019. — Вып. 25. — С. 14–16.

7. *Ерохина, Т. Б., Пархоменко, Т. В.* Научно-прикладной синтез маркетинга и логистики в процессах минимизации рисков потребителей // Инфраструктура рынка: проблемы и перспективы : уч. зап. — Ростов-на-Дону, 2020. — Вып. 26. — С. 62–65.

**Bibliographic list**

1. *Herbert, A. S.* Rationality as process and as product of thought. Richard T.

Ely Lecture // American Economic Review. — 1978. — Vol. 68. — № 2. — P. 1–16

2. *Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V.* Marketing and logistics as tools for consumer risk management // Global challenges, new risks and priorities of economic systems : monograph : in 2 vol. / ed. by S. V. Berdnikov, N. G. Kuznetsov. — Rostov-on-Don, 2019. — Vol. 2. — P. 226–233.

3. *Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V.* New realities of commodity distribution systems: logistics at distance and rapid development of electronic commerce // Market infrastructure: problems and prospects : scient. notes. — Rostov-on-Don, 2021. — Vol. 27. — P. 17–20.

4. *Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V.* Transformation of logistics systems and consumer behavior under COVID-19 pandemic // Bulletin of SRSTU (NPI). Series: Socio-Economic Sciences. — 2021. — Vol. 14. — № 3. — P. 154–161.

5. *Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V.* Marketing and logistic communications in process of product distribution // Vestnik of RSUE (RINH). — 2019. — № 3 (67). — P. 66–70.

6. *Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V.* Marketing research of changes in consumer consciousness in distribution logistics // Market infrastructure: problems and prospects : scient. notes. — Rostov-on-Don, 2019. — Vol. 25. — P. 14–16.

7. *Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V.* Scientific and applied synthesis of marketing and logistics in processes of minimizing consumer risks // Market infrastructure: problems and prospects : scient. notes. — Rostov-on-Don, 2020. — Vol. 26. — P. 62–65.

***DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.005***

***К. А. Калицева***

## ТЕНДЕНЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЮЖНОРОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

**Аннотация**

Повестка устойчивого развития уже достаточно серьезно интегрировалась в стратегии развития хозяйствующих субъектов, причем если изначально ESG-концепция применялась только крупными предприятиями при формировании ими стратегий долгосрочного развития, то со временем принципы устойчивого развития вышли за пределы корпоративных форм собственности и стали иметь определяющее значение при разработке стратегий сбалансированного развития территорий как на региональном, так и на национальном и даже международном уровне. Современная геополитическая ситуация обострила вопросы устойчивого развития для всех отечественных регионов, особенно для южнороссийских, которые характеризуются достаточно существенными диспропорциями развития, а также находятся в непосредственной близости от зоны ведения боевых действий. Это обостряет актуальность исследований, направленных на выявление в текущих условиях тех драйверов развития, которые могли бы способствовать устойчивому развитию регионов ЮФО.

**Ключевые слова**

Устойчивое развитие, региональная экономика, ЮФО, ESG-стратегия.

*K. A. Kalitseva*

# TRENDS IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SOUTHERN RUSSIAN REGIONS IN NEW ECONOMIC CONDITIONS

**Annotation**

Sustainable development agenda has already been seriously integrated into development strategies of economic entities, and if initially the ESG-concept was applied only by large enterprises when they formed long-term development strategies, then over time the principles of sustainable development went beyond corporate ownership forms, and began to play a decisive role in development of strategies for balanced development of territories both at regional and at national and even international level. Current geopolitical situation has exacerbated the issues of sustainable development for all domestic regions, especially for southern Russian regions, which are characterized by quite significant development imbalances, and are also located in close proximity to combat zone. This exacerbates the relevance of research aimed at identifying in current conditions those drivers of development that could contribute to sustainable development of Southern Federal District regions.

**Keywords**

Sustainable development, regional economy, SFD, ESG strategy.

**Введение**

Обеспечение устойчивого и сбалансированного развития региона не является самоцелью и не отличается специфичностью поставленных задач, так как применение принципов ESG также преследует в качестве результирующей только одну цель — улучшение качества жизни населения региона. Но добиться этой цели в современных условиях уже невозможно только за счет использования традиционных механизмов социально-экономического развития, часть из которых уже носит устаревший характер, так как не соответствует общей динамике внешних изменений в окружающей среде и не учитывает возможность применения современных технологий и институционального инструментария развития территорий. Например, для разработки региональной стратегии развития далеко не всегда целесообразно применение отраслевого подхода, а для органов власти — корпоративные инструменты к проектному управлению [7, с. 14].

В современных условиях повышается актуальность поиска и использования новых источников финансового обеспечения реализации стратегий устойчивого развития [3, с. 64], так как несмотря на то что осуществление региональной политики в целях устойчивого регионального развития предполагает использование целого набора инструментов бюджетного финансирования, привлечения средств федеральных целевых и адресных программ, а также инвестиций в рамках государственно-частного партнерства, на практике регионы в основном используют только два механизма — бюджетные трансферты и федеральные целевые программы. Такой подход к финансированию стратегий устойчивого регионального развития существенно замедляет темпы роста региональной экономики, а в условиях кризисных явлений в экономике может даже привести к дестабилизации экономики региона и появлению в региональном бюджете дефицитных позиций по отдельным направлениям финансирования. Особо актуальны эти вопросы сейчас, когда в условиях ухода из инвестиционных проектов крупных зарубежных инвесторов и дезинвестиций ряда госмонополий в регионах страны начался процесс снижения бюджетной обеспеченности. Данная тенденция рискует стать серьезной проблемой для Юга России, среди регионов которого достаточно много дотационных, а четыре даже входят в десятку самых крупных дотационных регионов РФ (рис. 1).

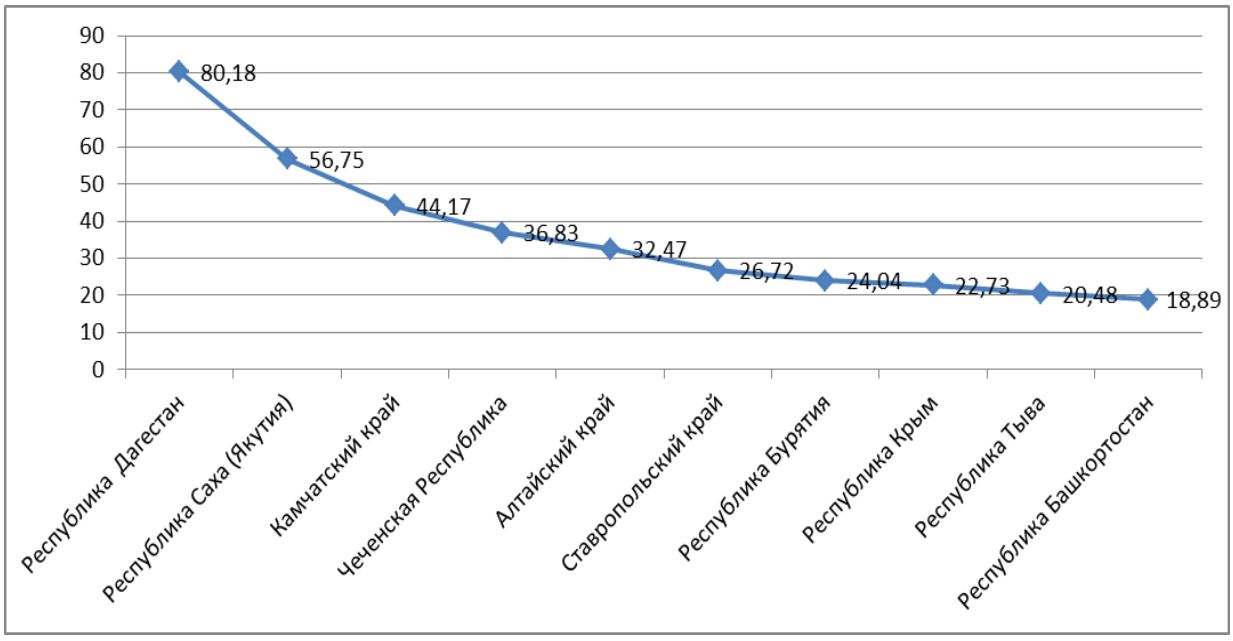


Рисунок 1 — **Уровень дотационности отдельных российских регионов в 2022 г., млрд руб.***

* *Составлен по материалам [1].*

В сентябре 2022 г. на совещании по бюджету Президент РФ В. В. Путин уделил особое внимание вопросам устойчивости и сбалансированности федерального бюджета, так как эти аспекты оказывают определяющее воздействие на устойчивость экономики регионов, особенно в условиях их достаточно высокой дотационности. Так как происходящие в мировом и национальном экономическом пространстве изменения носят долгосрочный характер, необходима разработка системных механизмов, которые позволят обеспечить эффективное функционирование сферы государственных финансов как важнейшего инструмента финансирования региональных экономик в периоды нестабильности экономической конъюнктуры.

По нашему мнению, одним из основных аспектов устойчивости региональной экономики является ее финансовая устойчивость и в долгосрочном плане — обеспечение ее финансовой независимости от внешнего финансирования, то есть обеспечение самофинансирования региона и достижение профицитных значений бюджета при выполнении всех стоящих перед регионом задач в области экономического развития, обеспечения социального равенства и достойного уровня жизни местного населения.

На данный момент достаточно сложно оценить то, как скажутся санкционные ограничения на устойчивости регионов и в частности на их доходах [5], но уже сейчас очевиден актуальный характер разработки мероприятий, направленных на:

– сглаживание последствий от санкций и целевое распоряжение накопленными резервами (особенно в тех регионах, отраслевая специфика которых обеспечила получение сверхдоходов на фоне роста цен на нефтегазовые ресурсы);

– приоритезацию направлений поддержки отдельных секторов экономики, оптимизацию налоговой политики (в условиях снижения собираемости налога на прибыль, особенно в тех регионах, где основными отраслями промышленности были те, которые наиболее остро пострадали от санкций);

– поддержку высокотехнологичных, экологоориентированных и ресурсосберегающих отраслей экономики как клю-

чевых звеньев обеспечения технологического суверенитета страны и выполнения задач импортозамещения.

**Материалы и методы**

Изучая научные труды по исследуемому направлению, можно обратить внимание на то, что многие аспекты устойчивого развития регионов проработаны недостаточно, и в особенности — эффективные механизмы повышения устойчивости региона. Традиционная трехчастная модель устойчивого развития территории базируется на трех составляющих: социальной, экономической и экологической, при этом только сбалансированное развитие каждой из указанных компонент приводит к достижению в регионе устойчивого равновесия.

**Результаты**

Трехкомпонентный состав модели определяет и особенности механизма управления устойчивым развитием региона, а также набор инструментов и методов такого управления (рис. 2).

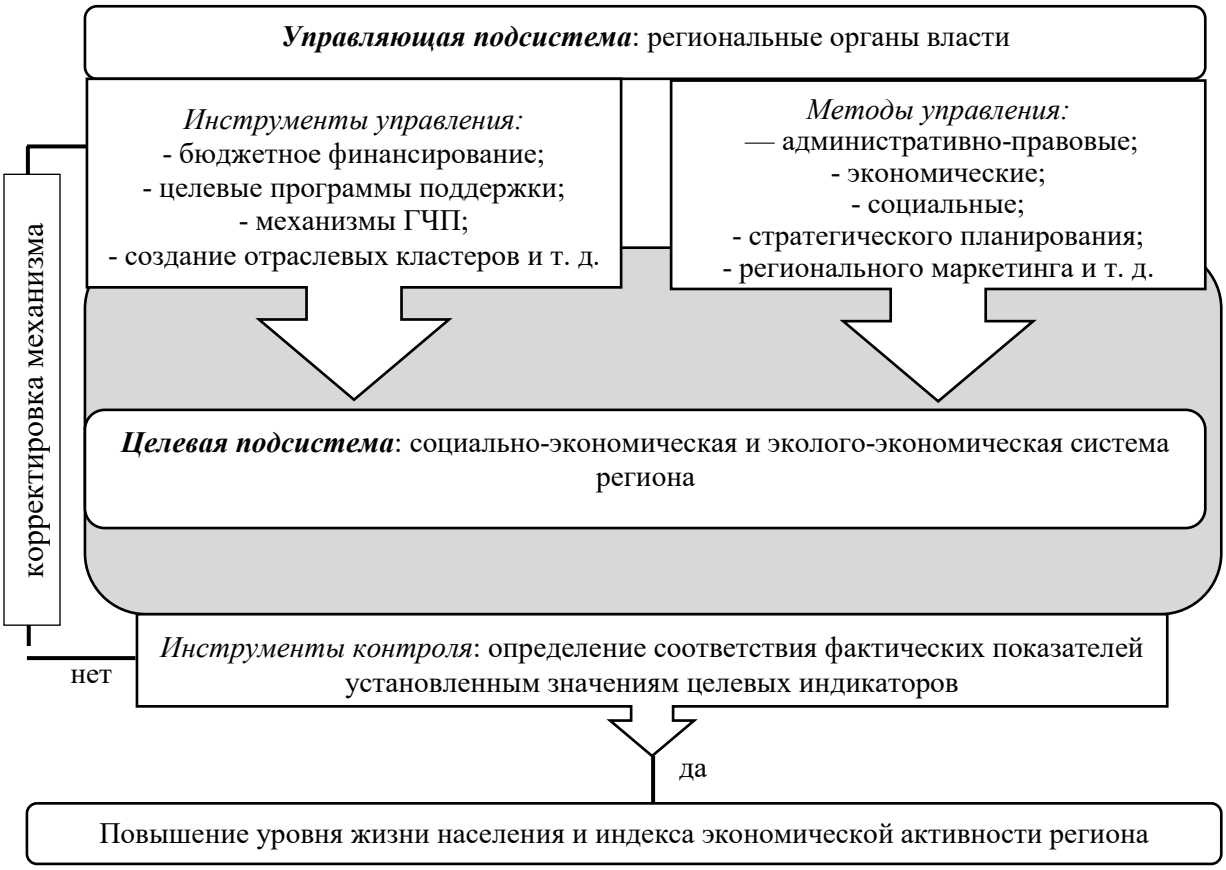


Рисунок 2 — **Механизм управления устойчивым развитием региона**

Предложенный механизм управления устойчивым развитием региона демонстрирует тесную взаимосвязь между органами региональной власти как управляющей подсистемой и законодательным и ресурсным обеспечением региона как обеспечивающей подсистемой с объектом управления, в роли которого выступают социально-экономические и эколого-экономические отношения и процессы, происходящие внутри региона.

Обратим внимание на то, что устойчивое региональное развитие уже невозможно рассматривать исключительно как социально-экономическое развитие региона, так как принципы ESG-стратегии подразумевают обязательное присутствие экологической компоненты и в экономической, и в социальной сфере региона. Это объясняется тем, что концепция устойчивого развития региона предполагает необходимость возникно-

вения в регионе синергетического эффекта, связанного с тем, что при разработке стратегии регионального развития будут учтены не только положения традиционной институциональной экономической теории, но и основные аспекты ресурсного подхода, что обеспечит функционирование региона уже на новом, принципиально новом уровне экономического развития, обеспечивающем требования энергоэффективности, ресурсосбережения и экологичности.

Включение в механизм управления устойчивым развитием региона набора целевых показателей для мониторинга степени достижения установленных стратегических целей позволит своевременно корректировать процесс реализации стратегии регионального развития, менять, добавлять или убирать инструменты управления или же, наоборот, вносить изменения в систему стратегического планирования в связи с изменениями во внешней среде по принципам скользящего бюджетирования.

Использование индикатора экономической активности региона позволяет уже на первых этапах реализации механизма устойчивого развития проанализировать успешность применяемых алгоритмов управления, так как индекс региональной экономической активности является достаточно чувствительным показателем, оперативно реагирующим на любые изменения внешней среды. Анализ динамики индекса региональной экономической активности (РЭА) показывает, что санкционные ограничения достаточно сильно сказались на данном показателе, и спад был достаточно серьезным, в июне 2022 г. его значение достигло 39,8 % (рис. 3).

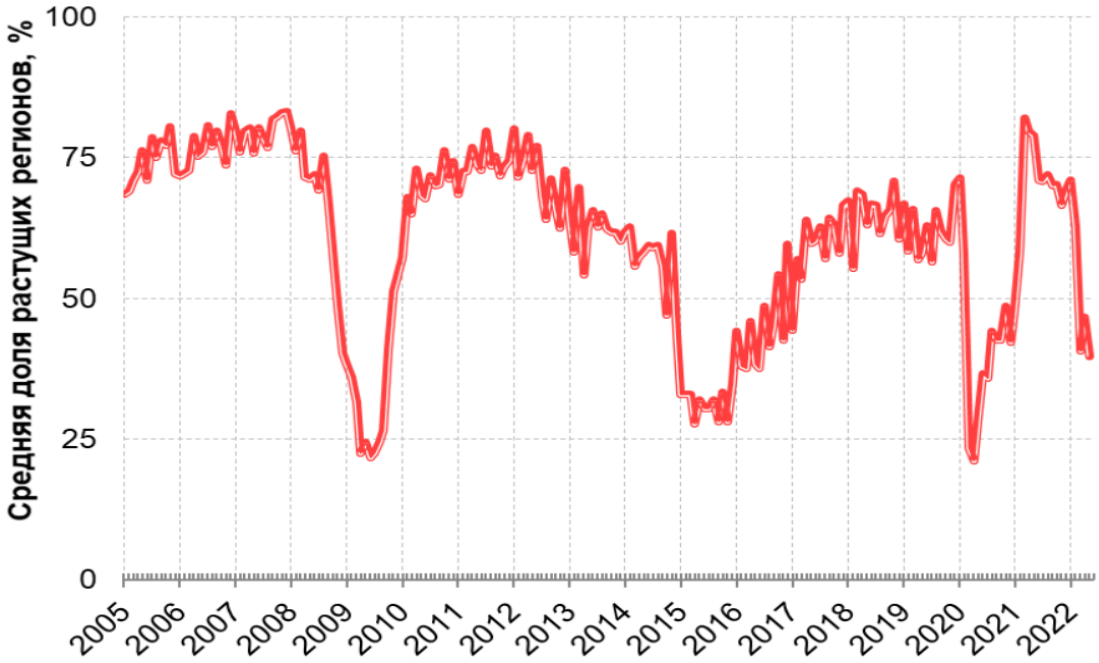


Рисунок 3 — **Динамика сводного индекса региональной экономической активности за период с 2005 по июнь 2022 г., %** [4, с. 2]

Согласно результатам исследований 70 % регионов РФ продемонстрировали снижение экономической активности по итогам I полугодия 2022 г., в то время как еще в начале текущего года в 85 % регионов наоборот наблюдался рост данного показателя. Для целей нашего исследования особенно интересным становится рассмотрение региональной динамики внутри федеральных округов, так как здесь выявляется интересная тенденция, противоречащая мировой практике.

Обычно регионы, зависимые от федерального центра, дают достаточно сильную негативную реакцию на ухудшение экономической конъюнктуры, что выражается в спаде показателей деловой активности практически во всех секторах их экономик, но в России произошло наоборот, высокодотационные субъекты оказались более устойчивы к кризисным явлениям, так как превалирующий там бюджетный сектор меньше подвержен негативному влиянию [2]. Это очень хорошо прослеживается на лепестковой диаграмме, отражающей индекс РЭА по отдельным отраслям экономики и регионам (рис. 4) — наибольший показатель у Северо-Кавказского федерального округа, а также у Южного федерального округа (где одной из приоритетных отраслей является АПК), в регионах же с развитым металлургическим или химическим производством в текущих условиях очевидны низкие значения исследуемого показателя.

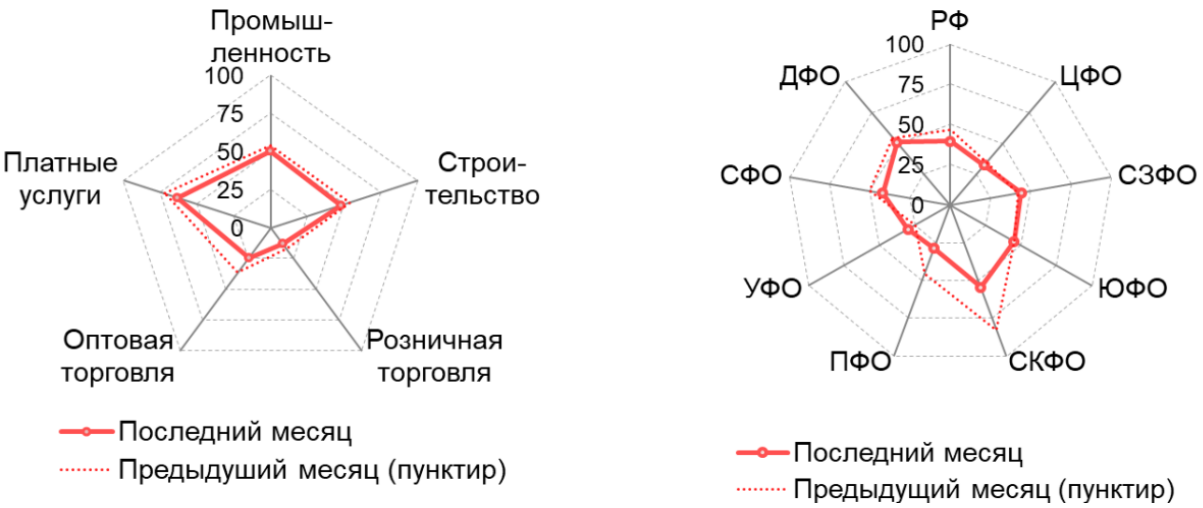


Рисунок 3 — **Сводный индекс экономической активности по отраслям и федеральным округам РФ в июне 2022 г., %** [4, с. 3]

Обратим внимание на то, что ни один из этих процессов — как снижение, так и рост показателя РЭА на фоне санкционных ограничений — нельзя считать допустимым или положительным в том случае, если мы говорим об устойчивом развитии региона. Наблюдаемые явления свидетельствуют о разбалансированности механизмов регионального развития, которые в первом случае приводят к высокой зависимости региона и региональных бюджетов от экспортно ориентированных отраслей, а во втором случае — к высокой и из года в год усугубляющейся зависимости региона от федеральных дотаций.

Устойчивое в развитие в первую очередь должно обеспечивать самодостаточность территории и ее относительную финансовую независимость от федерального центра, чего возможно достигнуть только в условиях грамотной реализации экономических, социальных и экологических программ в течение длительного периода времени и установления приоритета достижения долгосрочных интересов развития территории даже в ущерб выполнению определенных краткосрочных задач, нацеленных на получение доходов в краткосрочном периоде, но не несущих полезной экологической или социальной «нагрузки».

**Обсуждение**

Непредсказуемость развития экономической и геополитической ситуации пока не позволяет делать прогнозы о том, какие результирующие показатели развития регионов сформируются по итогам 2022 г., но при этом очевидно, что динамика экономической активности по результатам I полугодия определит темпы развития регионов и во II полугодии, а также во многом сформирует годовой

результат. Но вне зависимости от полученных значений можно утверждать, что приоритетность трансформации региональной экономики, основанной на следовании принципам устойчивого развития, не подлежит сомнению, так как современные реалии приводят все регионы, страны, да и все мировое сообщество к тому, что только учет экологической компоненты со всеми сопутствующими инструментами развития — ответственным финансированием и инвестированием, декарбонизацией, цифровизацией и т. д., может обеспечить повышение качества уровня жизни населения.

Учет наилучших практик устойчивого развития в разрезе отдельных российских регионов мог бы способствовать разработке адекватного управленческого инструментария, нацеленного на поэтапное внедрение в стратегии социально-экономического развития российских регионов ESG-принципов, что обеспечило бы сбалансированное развитие социальной сферы региона, его экономический рост и улучшение экологического состояния.

В таблице 1 представлен перечень регионов-лидеров в рамках устойчивого развития, а также указаны балльные значения по регионам ЮФО и СКФО в разрезе трех компонент: состояния окружающей среды, развитости социальной политики и качества государственного управления. Отметим, что данный рейтинг по своей актуальности для инвесторов уже имеет даже более приоритетное значение, чем оценка инвестиционной привлекательности регионов, так как многие стратегические инвесторы обращают внимание на то, как компании или регионы их присутствия заботятся об интересах будущих поколений.

В этом есть не только социальный, но и экономический смысл — если у региона (компании, отрасли, кластера) есть возможность осуществления долгосрочного инвестирования в социальные и экологические проекты, проекты, связанные с модернизаций основных фондов, внедрением новых энергоэффективных и ресурсосберегающих технологий, это значит, что на осуществление данных проектов есть свободные денежные средства (высокая рентабельность), заинтересованность в выполнении долгосрочных задач (стабильность), уверенность в успехе (финансовая устойчивость). А это фактически те факторы, которые делают компанию (отрасль, кластер, регион) инвестиционно привлекательным объектом для капитальных вложений с точки зрения любого инвестора.

Таблица 1 — **ESG-рэнкинг регионов РФ по итогам 2021 г.** [6]

| Место | Регион | E | S | G |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Ленинградская область | 13 | 9 | 3 |
| 2 | г. Санкт-Петербург | 54 | 4 | 2 |
| 3 | г. Москва | 37 | 5 | 5 |
| 15 | Республика Адыгея | 34 | 36 | 10 |
| 16 | Воронежская область | 18 | 23 | 32 |
| 27 | Ростовская область | 9 | 59 | 44 |
| 29 | Республика Крым | 28 | 30 | 40 |
| 37 | Краснодарский край | 65 | 34 | 21 |
| 38 | г. Севастополь | 50 | 12 | 59 |
| 45 | Республика Дагестан | 6 | 75 | 67 |
| 56 | Ставропольский край | 67 | 70 | 30 |
| 62 | Астраханская область | 75 | 56 | 41 |
| 63 | Волгоградская область | 57 | 44 | 68 |
| 68 | Республика Северная Осетия — Алания | 52 | 47 | 69 |
| 70 | Республика Ингушетия | 5 | 58 | 83 |
| 72 | Карачаево-Черкесская Республика | 14 | 76 | 80 |
| 73 | Кабардино-Балкарская Республика | 55 | 62 | 76 |
| 77 | Чеченская Республика | 62 | 66 | 78 |

Составители рейтинга отмечают, что для большинства регионов в настоящее время характерно стихийное формирование достигнутого прогресса по ESG-факторам, в то время как данные процессы должны стать результатом целенаправленных стратегических действий власти и полностью вписываться в реализуемые на территориях концепции стратегического развития. Поэтому механизм управления устойчивым региональным развитием сейчас нуждается даже не в корректировке или в совершенствовании, а в тщательном формировании с учетом всех необходимых для этого институциональных инструментов и управленческих методов.

**Выводы**

Несмотря на ухудшение экономических условий и санкционные ограничения повестка устойчивого развития становится все более актуальной для экономических субъектов, а регионам позволяет обеспечить выполнение своих основных социально-экономических задач и сбалансированность текущих задач регионального развития со стратегическими интересами территории.

В текущих условиях основным механизмом повышения устойчивости региона можно назвать системное развитие таких факторов устойчивого развития, как рациональное использование невозобновляемых ресурсов, развитие альтернативной энергетики и цикличной экономики, формирование экологических активов региона, стимулирование бережливого и энергоэффективного производства.

Повышение устойчивости региона позволяет найти оптимальный баланс между развитием экономических, природных и социальных факторов и обеспечить благоприятную экологическую обстановку, достичь социальной справедливости и обеспечения населения всем необходимым набором социальных услуг и сохранить экономический рост даже в кризисных условиях.

**Библиографический список**

1. Федеральный закон от 06.12.2021 № 390-ФЗ «О федеральном бюджете на 2022 г. и на плановый период 2023 и 2024 гг. Распределение дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности субъектов Российской Федерации на 2022 и плановый период 2023 и 2024 гг.».

2. *Деготькова, И.* В ВШЭ сообщили о минимуме деловой активности в регионах с начала кризиса [Электронный ресурс]. — URL: https://www.rbc.ru/economics/10/08/2022.

3. *Зуденкова, С. А., Карева, А. В.* Система мер повышения устойчивости регионального развития, используемых в Российской Федерации // Вестник ГУУ. — 2013. — № 19. — С. 63–68.

4. Циклические индикаторы // Комментарии о государстве и бизнесе. НИИ ВШЭ. — 2022. — № 439.

5. *Романова, Л.* Минфин прогнозирует дефицит бюджетов регионов на следующие два года [Электронный ресурс]. — URL: https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2022/07/10/930699-minfin-defitsit-byudzhetov.

6. ESG-рэнкинг регионов [Электронный ресурс]. — URL: https://raex-rr.com/esg/ESG_rating_regions#table.

7. Russias regions: governance and well-being, 2000–2008 / A. Akhmedjonov, I. N. Ilyina, S. L. Carol, etc. // Basic research program working papers. Series: Economics. — WP BRP 42/EC/2013.

**Bibliographic list**

1. Federal Law № 390-FZ from 06.12.2021 «On Federal Budget for 2022 and for Planning Period of 2023 and 2024. Distribution of subsidies to equalize the budgetary provision of subjects of Russian Federation for 2022 and planning period of 2023 and 2024».

2. *Degotkova, I.* HSE reported a minimum of business activity in regions since beginning of crisis [Electronic resource]. — URL: https://www.rbc.ru/economics/10/08/2022.

3. *Zudenkova, S. A., Kareva, A. V.* System of measures to increase sustainability of regional development used in Russian Federation // Bulletin of GUU. — 2013. — № 19. — P. 63–68.

4. Cyclical indicators // Comments on state and business. HSE Research Institute. — 2022. — № 439.

5. *Romanova, L.* Ministry of Finance predicts budget deficit of regions for next two years [Electronic resource]. — URL: https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2022/07/10/930699-minfin-defitsit-byudzhetov.

6. ESG-ranking of regions [Electronic resource. — URL: https://raex-rr.com/esg/ESG_rating_regions#table.

7. Russias regions: governance and well-being, 2000-2008 / A. Akhmedjonov, I. N. Ilyina, S. L. Carol, etc. // Basic research program working papers. Series: Economics. — WP BRP 42/EC/2013.

***DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.006***

***Т. В. Кушнаренко, А. А. Новицкая***

## ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ — ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ ДЛЯ ФИНАНСОВОГО СЕКТОРА РЕГИОНА

**Аннотация**

В статье обоснована необходимость для регионов цифровой трансформации, которая наносит традиционным банкам мощный удар, в настоящее время находящихся в процессе перемен. Несмотря на огромное давление на маржу, изменение поведения потребителей и жесткие требования регуляторов банкам необходимо больше инвестировать в цифровые технологии. Приобщение к цифровому потенциалу осуществляется для создания ценности для каждого клиента в области онлайн-банкинга. Устоявшимся в регионах банкам необходимо эволюционировать в цифровую, платформенную экосистему и параллельно обдумывать возможные стратегические альянсы с внешними поставщиками финансовых и технологических услуг. Это развитие в сочетании с инновационной динамикой цифровой эпохи приведет к созданию международных межсекторальных архитектур, представленных бесшовной цифровой средой, обеспечивающей взаимосвязанную деятельность собственных и партнерских организаций, получивших название цифровых экосистем.

**Ключевые слова**

Цифровизация финансовых услуг, цифровая экосистема, цифровая трансформация, онлайн-банкинг, краудфайдинг, финтех-стартап, регион, региональная экономика.

***T. V. Kushnarenko, A. A. Novitskaya***

## DIGITAL TRANSFORMATION — OPPORTUNITIES AND RISKS FOR FINANCIAL SECTOR OF REGION

**Annotation**

Article substantiates the need for digital transformation for regions, which deals a powerful blow to traditional banks, which are currentlyin the process of change. Despite enormous pressures on margins, changing consumer behaviour and stringent regulatory requirements, banks need to invest more in digital technologies. Embracing digital potential is done to create value for every customer in the field of online banking. Established in the regions banks need to evolve into a digital, platform ecosystem and in parallel consider possible strategic alliances

with external providers of financial and technological services. This development, combined with the innovative dynamics of digital age, will lead to the creation of international cross-sectoral architectures represented by seamless digital environment that provides interconnected activities of their own and partner organizations, called digital ecosystems.

**Keywords**

Digitalization of financial services, digital ecosystem, digital transformation, online-banking, peer-to-peer network, fintech startup, region, regional economy.

**Введение**

Цифровая трансформация в финансовом секторе региона — вызов для традиционных банков. Цифровая трансформация развивается во всех секторах региональной экономики в постоянном взаимодействии с силами глобализации. Возможно, в традиционном банковском секторе его все еще недооценивают, но мы должны понимать, что многие события (региональные проекты) являются частью крупного переворота, который некоторые ученые называют четвертой промышленной революцией. Финансовый кризис внес свою лепту, что выразилось в большом давлении на маржу и отразилось на поведении клиентов потребительских услуг. Банковским структурам необходимо вносить инвестиции в цифровизацию финансовых услуг и адаптироваться к современным изменениям интернета. Проблема в том, что состоявшиеся банки, в первую очередь, превращают себя в цифровую платформообразующую экосистему региона и параллельно думают о возможных стратегических альянсах с внешними поставщиками финансовых и технологических услуг по всей структуре создания стоимости.

Приспособление к цифровому потенциалу на региональном уровне происходит с целью создания полезности для клиентов, в рамках определенных сфер бизнеса, например, в области онлайн-банкинга, данная ценность организовывается для частных клиентов с веб-услугами, использованием программного обеспечения для биометрического распознавания или других внутренних (цифровых) финансовых услуг. Необходимо охватить все сферы деятельности компании и обеспечить соответствующую внутреннюю и внешнюю адаптацию новых технологий [1]. По данным экспертной группы Digital McKinsey «цифровизация российской экономики станет важным источником долгосрочного экономического роста. Источники прироста ВВП к 2025 г. за счет цифровизации: оптимизация производственных и логистических операций; повышение эффективности рынка труда, производительности оборудования, эффективности НИОКР и разработки продуктов; снижение расходов ресурсов и производственных потерь» [2].

**Материалы и методы**

Многие новые участники небанковского сектора региональной экономики очень хорошо разбираются в современных преобразованиях и в совершенстве владеют языком интернета. На рынки проникают, прежде всего, едва регулируемые новые поставщики цифровых платформ, а также многочисленные финансовые технологии, или сокращенно финтех-стартапы [3], которые основаны на пропорциональном взаимодействии осуществленного аппаратного и программного обеспечения. Вследствие оптимизированного соединения и использования совокупных и комплементарных стандартов/технологий, клиенты или платформенно обусловленные заказчики обслуживаются и получают доступ к интересующим услугам и продуктам, что является очень удобным, глобальным, а главное из одного источника. Одновременно в регионе разрабатывается множество инновационных технологий, а рост потенциальных бизнес-моделей неуклонно продолжается и осуществляется на экспериментальной основе. Это развитие

в сочетании с высокой инновационной динамикой цифровой эпохи, привело к успешному созданию в регионе международных межсекторальных архитектур, представленных бесшовной цифровой средой, обеспечивающей взаимосвязанную деятельность собственных и партнерских организаций, которые получили название цифровых экосистем. Данная бизнес-модель доступна только определенной группе клиентов, и чем дольше потребители остаются на одной платформе и конвертируют различные стратегии монетизации в прибыльные доходы в соответствии со своими потребностями, тем дольше они остаются на этой платформе.

В настоящее время экономический рост регионов невозможен без использования информационно-коммуникационных технологий, поскольку они охватывают все более различные сферы экономической деятельности и создают новые возможности для социально-экономического развития региона — это тенденции нашего времени. Цифровые технологии радикально меняют региональную экономическую систему.

**Результаты**

Цель развития региона в современных условиях — успешное формирование цифровой трансформации в финансовом секторе, и связанные с этим процессы сложны. Поэтому перед омбудсменами региона стоит задача: чтобы все вовлеченные стороны — банки и надзорные органы — работали вместе и синхронно. Стоит обратить внимание и на конфиденциальность информации, так как защита и безопасность данных является одним из сравнительных преимуществ традиционных банков. Поскольку происходит множество цифровых транзакций, требующих определенной последовательности в их решении, ИТ-безопасность становится все более доминирующей во всех сферах жизни. Формирование эффективной цифровой экономики откроет значительные возможности для развития бизнеса, что поможет увеличению инвестиционных потоков, накоплению человеческих и финансовых ресурсов региона.

Цифровая трансформация строится на основе больших данных. Унаследованные сегодня операционные процессы, средства контроля и бизнес-возможности зависят от доступности, периодичности и качества данных. Каждый день виртуальные агенты, наделенные искусственным интеллектом (ИИ), взаимодействуют с клиентами, используя анализ больших данных, предоставляя персонализированное обслуживание и преобразуя цифровой клиентский опыт (CX). Цифровая трансформация — это бизнес-стратегия, конечной целью которой является обеспечение дифференцированного клиентского опыта и стимулирование взаимодействия. Для реализации стратегии полной цифровой трансформации требуется, чтобы инновации проникали на все уровни региона. Цифровая трансформация операций начинается с изменения операционной модели и внедрения цифровых изменений изнутри — от бэк-офиса до CX. Новые технологии, такие как роботизированная автоматизация процессов (RPA), обработка естественного языка (NLP), облачные системы и искусственный интеллект, играют важную роль в замене ручных функций и разрозненных систем интеллектуальной автоматизацией (IA) и функциональной совместимостью. Банки владеют значительной базой значимых данных, содержащих информационный потенциал для различных взаимоотношений с клиентами, на основе которой становится возможным: а) максимально увеличить выгоды клиентов; б) обеспечить доступность к миру финансовых инноваций и к уникальному финансовому сервису; в) организовать доступность к новым видам онлайн-услуг: платежные карты, счета, кредиты и пр.

**Обсуждение**

Термин «цифровизация» труден для понимания и в конечном счете означает инновации, которые приводят к производительности и выгоде, в том числе и в региональном секторе, но при этом цифро-

визация и технологический прогресс не приводят автоматически к росту производительности.

Остановимся на трех аспектах цифровой трансформации: возможности, риски, перспектива. Рассмотрим каждый аспект более подробно.

1. Возможности, предоставляемые цифровизацией. Чтобы раскрыть потенциал цифровой трансформации финансового сектора, нам нужно разобраться с самой цифровой технологией. Идея состоит в том, чтобы переоценить то, что мы делаем каждый день и переосмыслить то, что возможно с технологической точки зрения, это и позволяет на экономическом региональном уровне продвинуть экономику в целом и финансовый сектор в частности. Например, использование коммуникационного кабеля позволяет данным передаваться туда и обратно за миллисекунды. Это очень выгодная инвестиция, например, для высокочастотной торговли на фондовой бирже, где даже очень короткие промежутки времени могут показаться вечностью. Благодаря цифровизации региональные рынки могут стать более межрегиональными и международными: в настоящее время уже не имеет значения, переводите ли вы денежную сумму своему соседу или знакомому в другой город, в другую страну, потому что эти платежи обрабатываются одинаково. Цифровизация может помочь уменьшить информационную асимметрию, примером тому — поисковые системы, новостные ленты, сети или платформы знаний, такие как, например, Википедия. С точки зрения конечных потребителей существуют очевидные возможности, которые в целом выражаются в более высоком качестве работ и услуг при более низкой их себестоимости. Нередко на рынки проникают поставщики новых цифровых платформ, а также финансовых технологий (финтех-стартапов) [2], которые основаны на взаимодействии существующего инновационного аппаратного и программного обеспечения. Вследствие оптимизированного соединения и использования совокупных и комплементарных стандартов / технологий, клиенты или платформенно обусловленные заказчики получают удобный доступ к интересующим услугам и продуктам из одного источника. Благодаря интернету одновременно разрабатывается множество инновационных технологий, а рост потенциальных бизнес-моделей неуклонно продолжается и осуществляется на экспериментальной основе.

2. Риски цифровизации. В контексте цифровой трансформации возникают риски, что в настоящее время является проблемой для каждого региона. До тех пор пока цифровые услуги, аппаратное и программное обеспечение будут постоянно развиваться, а сложность процессов и программного обеспечения в целом будет расти, будут существовать технологии, подверженные сбоям. Применение когнитивных, самообучающихся подсистем с успехом может использоваться в области управления рисками, конечно, в соответствии с обязательными нормативными требованиями и положениями, например, юридическими нормами, которые смогут автоматически проверяться на предмет их действия и исполнения, а их дальнейшее обновление автоматически повлечет применение измененных или даже новых нормативных требований в определенных сферах деятельности [4].

При оценке рисков, которые могут быть вызваны изменениями в нормативных требованиях, могут использоваться современные автоматизированные платформы, способные во много раз облегчить человеческий труд, обеспечив значительную поддержку в работе с возрастающей сложностью [5].

В условиях цифровой трансформации финансовых рынков на рынок вышли новые предприятия, в основном финтехи и bigtech, которые часто обеспечивают только один из этапов процесса, составляющих банковскую услугу (например, адаптацию клиентов или оценку кредитоспособности) или процессы технической поддержки (например, для мобильных платежей или общих облачных

сервисов) в партнерстве с банками. В результате границы регионального сектора стали несколько размытыми. Многие из новых игроков не имеют лицензии в качестве банков, поставщиков финансовых услуг или платежных учреждений, но могут быть вовлечены на ключевых этапах процессов или структуры рынка в результате аутсорсинга или других форм сотрудничества. Все это ведет к усложнению конкурентной среды и новым формам сотрудничества, что может привести к возникновению новых и дополнительных рисков.

3. Перспективы цифровой трансформации. Переход банковской системы на цифровую платформу — сложная и трудоемкая миссия. После осуществления необходимых реформ банковский конгломерат столкнулся с важнейшей задачей: чтобы оставаться «на плаву», быть конкурентоспособным, иметь преимущества, необходимо модифицировать свою бизнес-модель на основе новой платформы и осуществить цифровую трансформацию всей банковской экосистемы. Поэтому на фоне развивающихся цифровых платформ финансовый сектор должен следить за развитием событий, изучать возможность применения проверенных стратегий и алгоритмов в собственной бизнес-среде. Создание цифровой платформы банковского сектора следует рассматривать как основу для дальнейшей модернизации собственного бизнеса во всей цифровой экосистеме. Для того чтобы завоевать дополнительную нишу рынка финансовых услуг, более продвинутые цифровые экосистемы энергично сотрудничают с телекоммуникационными компаниями, поставщиками кредитных и накопительных карт, а также финтех-стартапами и нишевыми поставщиками, осуществляют стратегическое партнерство, способствующее дальнейшему развитию и усовершенствованию работы банковского сектора [6].

При этом следует уделять внимание собственной безопасности финансовых организаций, постараться свести к минимуму влияние возможной «хищнической» конкуренции.

Своевременная организация цифровых процессов и конструкций может значительно приумножить капитализацию банков, поскольку стратегические альянсы, в том числе временные, проще и экономически эффективнее реализовывать. Кроме того, большее количество клиентов может быть постоянно привязано к собственной платформе банка. Современный онлайн-банкинг гораздо более персонализирован, проще, интуитивно понятен и удобен для клиента. В центре экосистемы цифрового банкинга находится клиент с его защищенным онлайн-счетом. В рамках цифрового клиентского счета можно получить доступ к многочисленным разнообразным услугам, как от банка, обслуживающего клиента, так и от внешних поставщиков, которые подключились к банковской экосистеме через программные интерфейсы. Что касается легитимации в интернете, то в будущем биометрические процедуры распознавания, такие как отпечатки пальцев, сканирование ладоней, распознавание голоса, нажатия клавиш или походки, будут преобладать, дополнять или даже заменять существующие способы идентификации. Сценарий финансовых нанотехнологий (финтех) больше заинтересован в сотрудничестве, чем в конфронтации, что позволяет игрокам вступать в дальнейшие стратегические альянсы друг с другом или со сторонними поставщиками на соответствующих программных интерфейсах в сети создания стоимости.

**Выводы**

Цифровые экосистемы с их цифровой инфраструктурой и гармоничной интеграцией оборудования и программного обеспечения уже успешно работают на региональном рынке. Будущее за теми компаниями и банками, которые перестроились на ранних этапах своей деятельности и осуществили интеграцию своих внешних и внутренних процессов, предлагаемых продуктов и услуг на более гибкой цифровой платформе.

Залогом успеха является интерфейсная политика с открытым интерфейсом программирования приложений (API). Можно гарантировать гибкую архитектуру предприятия в долгосрочной перспективе, чтобы в будущем иметь возможность лучше реагировать на технологические достижения. Банковский сектор должен постоянно развивать и усовершенствовать свою деятельность, осуществлять четкое регулирование процессов, что позволит им не отставать от цифровизации.

При гарантии банковского сектора сохранения информации о клиенте, исключении монетизации личных данных третьим лицам и по согласованию с потребителем финансовых услуг в будущем можно проводить межбизнес-анализ с использованием имеющихся данных на основе согласия, которое с клиентом заранее обсуждалось и задокументировано, что обеспечит необходимую и укрепляющую доверие прозрачность в вопросах соответствия информационного самоопределения императивам защиты данных.

**Библиографический список**

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28.07.2017 № 1632-р «Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации».

2. Цифровая Россия: новая реальность. Отчет консалтинговой компании McKinsey [Электронный ресурс]. — URL: http://www.tadviser.ru/images/c/c2/Digital-Russia-report.pdf.

3. *Абдрахманова, Г. И.*, *Вишневский, К. О., Гохберг, Л. М.* Что такое цифровая экономика? // Тренды, компетенции, изменения: доклад к XX Апр. Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества. — М., 2019.

4. *Королев, В. А. Пенькова, И. В.* Цифровая экономика: информационные технологии и модели : моногр. — Симферополь, 2018.

5. *Kushnarenko, T. V.*, *Braun, N. S.* Digital transformation of financial sector in Russia and its regions // Lecture Notes in Networks and Systemsthis. — 2022. — № 372. — С. 397–404.

6. *Перцева, С. Ю.* Цифровая трансформация финансового сектора [Электронный ресурс]. — URL: https://mgimo.ru/upload/iblock/2ef7Инновации%20в%20менеджменте.pdf.

7. *Kushnarenko, T. V., Kovaleva, N. A., Lisitskaya, T. S.* Sources of financing of machine-building industry of Rostov region: analysis and evaluation // Advances in science, technology and innovationthis. — 2022. — P. 305–312.

**Bibliographic list**

1. Order of Government of Russian Federation from 28.07.2017 № 1632-r «Program for Development of Digital Economy in Russian Federation».

2. Digital Russia: new reality. Report of consulting company McKinsey [Electronic resource]. — URL: http://www.tadviser.ru/images/c/c2/Digital-Russia-report.pdf.

3. *Abdrakhmanova, G. I., Vishnevsky, K. O., Gokhberg, L. M.* What is digital economy? // Trends, competencies, changes: report to XX Apr. International scient. conf. on problems of economic and social development. — M., 2019.

4. *Korolev, V. A., Penkova, I. V.* Digital economy: information technologies and models : monograph. — Simferopol, 2018.

5. *Kushnarenko, T. V.*, *Braun, N. S.* Digital transformation of financial sector in Russia and its regions // Lecture Notes in Networks and Systemsthis. — 2022. — № 372. — С. 397–404.

6. *Pertseva, S. Yu.* Digital transformation of financial sector [Electronic resource]. — URL: https://mgimo.ru/upload/iblock/2ef7Innovation%20in%20management.pdf.

7. *Kushnarenko, T. V., Kovaleva, N. A., Lisitskaya, T. S.* Sources of financing of machine-building industry of Rostov region: analysis and evaluation // Advances in Science, Technology and Innovationthis. — 2022. — P. 305–312.

# РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

*DOI 10.54220/V.RSUE.1991-0533.2022.79.3.007*

***В. А. Бондаренко, А. А. Созинова***

## МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ РЕОРГАНИЗАЦИЕЙ УНИВЕРСИТЕТА ПОД ВЛИЯНИЕМ КОНКУРЕНЦИИ И ПРИТОКА ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОГО КАПИТАЛА

**Аннотация**

Цель статьи состоит в разработке маркетингового подхода к управлению реорганизацией университета под влиянием конкуренции и притока транснационального капитала и его апробации на примере национальных исследовательских университетов России. Для изучения отобраны топ-10 университетов России, включенных в THE World University Rankings 2021, которые осуществили реорганизацию и являются национальными исследовательскими университетами. Применяется иерархическая процедура Т. Л. Саати, метод регрессионного и корреляционного анализа. Апробация составленных рекомендаций на примере национальных исследовательских университетов России в 2021 г. показала, что степень благоприятности влияния конкуренции и притока транснационального капитала на маркетинговое управление реорганизацией является умеренной или низкой. Предложены рекомендации для ее повышения. Разработан маркетинговый подход к управлению реорганизацией университета под влиянием конкуренции и притока транснационального капитала. Подход включает в себя, во-первых, методические рекомендации по проведению оценки степени благоприятности влияния конкуренции и притока транснационального капитала на маркетинговое управление реорганизацией университетов, во-вторых, ориентиры улучшения маркетинговых результатов университетов России при реорганизации на базе управления факторами конкуренции и притока транснационального капитала.

**Ключевые слова**

Высшее образование, маркетинг, реорганизация университетов, конкуренция, приток транснационального капитала.

***V. A. Bondarenko, A. A. Sozinova***

## MARKETING APPROACH TO MANAGING UNIVERSITY RESTRUCTURING UNDER INFLUENCE OF COMPETITION AND INFLUX OF TRANSNATIONAL CAPITAL

**Annotation**

Purpose of article is to develop a marketing approach to managing the reorganization of university under influence of competition and influx of transnational capital and its approbation on example of national research universities in Russia. Top 10 universities of Russia included in THE World University Rankings 2021, which have reorganized and are national research universities, have been selected for study. Hierarchical procedure of T. L. Saati, method of regression and correlation analysis is used. Approbation of compiled recommendations on example of national research universities in Russia in 2021 showed that degree of favorable influence of competition and influx of transnational capital on marketing management of reorganization is moderate or low. Recommendations for its improvement are proposed. Marketing approach has been developed to manage the reorganization of university under influence of competition and influx of transnational capital. Approach includes, firstly, methodological recommendations for

assessing the degree of favorable impact of competition and influx of transnational capital on marketing management of reorganization of universities. Secondly, guidelines for improving the marketing results of Russian universities during reorganization based on management of competition factors and inflow of transnational capital.

**Keywords**

Higher education, marketing, reorganization of universities, competition, inflow of transnational capital.

**Введение**

Становление рыночных отношений в системе высшего образования России коренным образом изменило условия функционирования российских университетов. Для поддержки их развития в новой рыночной среде в последние годы (2013–2020 гг.) осуществлена крупномасштабная реорганизация российских университетов, способствовавшая их укрупнению и аккумулированию ими большего объема ресурсов.

Проблема заключается в противоречивости процесса реорганизации университетов в России. С одной стороны, реорганизация призвана повысить финансовую самостоятельность российских университетов, способствовать росту их предпринимательской, инновационной и международной активности. С другой стороны, Принятая 29 июля 2020 г. Программа стратегического академического лидерства предполагает крупномасштабную финансовую поддержку российских университетов, в первую очередь тех, которые осуществили реорганизацию (Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, 2021b). Указанное противоречие, обусловленное сохраняющимся регуляционным подходом к управлению реорганизацией университета, снижает эффективность реорганизации, поскольку, несмотря на серьезные изменения в структуре и деятельности университетов, остается неизменной их зависимость от государственного субсидирования и заказа, снижающая их адаптацию к влиянию конкуренции и притока транснационального капитала.

Для решения поставленной проблемы необходим переход к новому — маркетинговому подходу к управлению реорганизацией университета, обеспечивающему необходимую гибкость и конкурентоспособность университетов в условиях конкуренции и использование ими возможностей притока транснационального капитала для повышения финансовой независимости.

Цель статьи состоит в разработке маркетингового подхода к управлению реорганизацией университета под влиянием конкуренции и притока транснационального капитала и его апробации на примере национальных исследовательских университетов России.

**Обзор литературы**

Отдельные маркетинговые инструменты управления развитием университетов предложены в работах Alsharari (2019), Kataeva et al. (2017), Mahajan and Golahit (2019), Sahibzada et al. (2019), Vel et al. (2019), Saenko et al. (2016), Sozinova (2018), Sozinova et al. (2017), Sozinova and Fokina (2015), Fokina et al. (2018). Специфика функционирования и развития современных университетов под влиянием конкуренции и притока транснационального капитала изучена в публикациях Fokdal et al. (2020), Swanson and Swanson (2019), Tan et al. (2018), Watson and McGowan (2019),

Вопросы реорганизации университетов рассмотрены в работах Lysova et al. (2020), Popkova et al. (2021), Saveleva et al. (2018), Savelyeva et al. (2019), Savelyeva and Timkina (2021), Sozinova (2018). Однако маркетинговый подход к управлению реорганизацией университета под влиянием конкуренции и притока транснационального капитала не сформирован, что требует продолжения научных изысканий, направленных на его разработку.

**Материалы и методы**

Для изучения в статье отобраны топ-10 университетов России, включенных в World University Rankings 2021 (THE, 2021), которые осуществили реорганизацию и являются национальными исследовательскими университетами, согласно списку НИУ ВШЭ (2020).

Посредством иерархической процедуры Т. Л. Саати (метода Саати) определяется степень благоприятности влияния конкуренции и притока транснационального капитала на маркетинговое управление реорганизацией университетов. Весовые коэффициенты определяются с помощью метода корреляционного анализа.

С помощью метода регрессионного анализа определяется зависимость маркетинговых результатов — образовательного рейтинга, исследовательского рейтинга, рейтинга цитируемости, рейтинга доходности и рейтинга интернационализации деятельности, подсчитанных THE (2021) и представленных в World University Rankings 2021 — от факторов конкуренции и притока транснационального капитала, согласно информационно-аналитическим материалам по результатам проведения мониторинга эффективности деятельности образовательных организаций высшего образования по итогам 2019 г. (Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, 2021а):

– удельный вес численности иностранных студентов (кроме стран Содружества Независимых Государств, СНГ), обучающихся программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, в общей численности студентов (приведенный контингент);

– удельный вес численности иностранных граждан из числа научно-преподавательских работников (НПР) в общей численности НПР;

– объем средств, полученных образовательной организацией от выполнения НИОКР от иностранных граждан и иностранных юридических лиц;

– объем средств от образовательной деятельности, полученных образовательной организацией от иностранных граждан и иностранных юридических лиц.

Данные для проведения исследования сведены в таблицы 1, 2.

Таблица 1 — **Маркетинговые результаты национальных исследовательских университетов России в 2021 г.** [23]

| **University** | **Университет** | **Образовательный рейтинг** | **Исследовательский рейтинг** | **Рейтинг цитируемости** | **Рейтинг доходности** | **Рейтинг интернационализации деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Teaching | Research | Citations | Industry income | International outlook |
| Moscow Institute of Physics and Technology (MIPT) | Московский физико-технический институт (государственный университет) | 53,4 | 45,3 | 49,9 | 100,0 | 60,4 |
| HSE University | Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» | 34,1 | 41,4 | 68,4 | 59,5 | 44,5 |

| University | Университет | Образовательный рейтинг | Исследовательский рейтинг | Рейтинг цитируемости | Рейтинг доходности | Рейтинг интернационализации деятельности |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Peter the Great St Petersburg Polytechnic University | Санкт-Петербургский государственный политехнический университет | 27,1 | 16,9 | 90,0 | 74,8 | 56,1 |
| Bauman Moscow State Technical University | Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана | 32,5 | 17,1 | 71,7 | 69,9 | 29,4 |
| National Research Nuclear University MEPhI | Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ» | 40,5 | 40,4 | 26,9 | 100,0 | 66,3 |
| Saint-Petersburg Mining University | Санкт-Петербургский государственный горный институт им. Г. В. Плеханова (технический университет) | 20,7 | 10,9 | 95,1 | 74,3 | 29,1 |
| ITMO University | Санкт-Петербургский государственный университет информационных технологий, механики и оптики | 30,0 | 32,2 | 42,7 | 90,1 | 63,4 |
| Tomsk State University | Томский государственный университет | 42,6 | 36,3 | 26,1 | 55,9 | 73,2 |
| National University of Science and Technology (MISiS) | Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС» | 25,8 | 19,1 | 31,9 | 87,8 | 67,9 |
| Novosibirsk State University | Новосибирский государственный университет | 42,6 | 33,6 | 22,9 | 34,9 | 44,1 |

Таблица 2 — **Факторы конкуренции и притока транснационального капитала в национальные исследовательские университеты России в 2019 г.** [22]

| University | Университет | Удельный вес численности иностранных студентов (кроме стран Содружества Независимых Государств), обучающихся программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, в общей численности студентов (приведенный контингент), % | Удельный вес численности иностранных граждан из числа НПР в общей численности НПР, % | Объем средств, полученных образовательной организацией от выполнения НИОКР от иностранных граждан и иностранных юр.лиц, тыс. руб. | Объем средств от образовательной деятельности, полученных образовательной организацией от иностранных граждан и иностранных юридических лиц, тыс. руб. |
|---|---|---|---|---|---|
| Moscow Institute of Physics and Technology (MIPT) | Московский физико-технический институт (государственный университет) | 1,90 | 3,70 | 9364,00 | 25 077,70 |

| University | Университет | Удельный вес численности иностранных студентов (кроме стран Содружества Независимых Государств), обучающихся программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, в общей численности студентов (приведенный контингент), % | Удельный вес численности иностранных граждан из числа НПР в общей численности НПР, % | Объем средств, полученных образовательной организацией от выполнения НИОКР от иностранных граждан и иностранных юр.лиц, тыс. руб. | Объем средств от образовательной деятельности, полученных образовательной организацией от иностранных граждан и иностранных юридических лиц, тыс. руб. |
|---|---|---|---|---|---|
| HSE University | Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» | 2,48 | 7,16 | 128 888,60 | 145 063,00 |
| Peter the Great St Petersburg Polytechnic University | Санкт-Петербургский государственный политехнический университет | 9,38 | 5,5 | 83 567,30 | 47 270,40 |
| Bauman Moscow State Technical University | Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана | 2,77 | 0,82 | 5810,90 | 179 899,60 |
| National Research Nuclear University MEPhI | Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ» | 13,3 | 12,15 | 3563,10 | 0,00 |
| Saint-Petersburg Mining University | Санкт-Петербургский государственный горный институт им. Г. В. Плеханова (технический университет) | 4,49 | 5,35 | 8185,00 | 35 003,60 |
| ITMO University | Санкт-Петербургский государственный университет информационных технологий, механики и оптики | 7,89 | 7,69 | 32 775,80 | 75 089,10 |
| Tomsk State University | Томский государственный университет | 3,10 | 5,23 | 32 753,70 | 80 802,90 |
| National University of Science and Technology (MISiS) | Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС» | 3,92 | 3,87 | 7712,20 | 56 833,70 |
| Novosibirsk State University | Новосибирский государственный университет | 2,40 | 0,78 | 3527,00 | 105 858,70 |

**Результаты**

Для составления маркетингового подхода к управлению реорганизацией университета под влиянием конкуренции и притока транснационального капитала обратимся к результатам корреляционного анализа данных из таблиц 1, 2.

Согласно полученным в таблице 3 результатам корреляционного анализа, образовательный рейтинг продемонстрировал отрицательную корреляцию со всеми факторами конкуренции и притока транснационального капитала, и, следовательно, не поддается управлению через

эти факторы. Объем средств от образовательной деятельности, полученных от иностранных граждан и иностранных юридических лиц, продемонстрировал отрицательную среднюю корреляцию (-23,42 %) с маркетинговыми результатами и потому не будет далее рассматриваться в этой статье.

Таблица 3 — **Результаты корреляционного анализа**

| **Корреляция, %** | **Образовательный рейтинг** | **Исследовательский рейтинг** | **Рейтинг цитируемости** | **Рейтинг доходности** | **Рейтинг интернационализации деятельности** | **В среднем** | **Весовые коэффициенты** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Удельный вес численности иностранных студентов, % | -20,77 | -2,59 | -2,58 | 49,59 | 34,35 | 11,60 | 0,31 |
| Удельный вес численности иностранных граждан из числа НПР в общей численности НПР, % | -6,16 | 34,08 | -9,34 | 51,92 | 44,21 | 22,94 | 0,62 |
| Объем средств, полученных от выполнения НИОКР от иностранных граждан и иностранных юридических лиц, тыс. руб. | -17,51 | 16,05 | 39,49 | -22,97 | -1,76 | 2,66 | 0,07 |
| Объем средств от образовательной деятельности, полученных от иностранных граждан и иностранных юридических лиц, тыс. руб. | -8,56 | -10,22 | 12,87 | -60,65 | -50,52 | -23,42 | - |

Сумма положительных средних коэффициентов корреляции составила: 11,60 + 22,94 + 2,66 = 37,20. Удельный вес численности иностранных студентов (обозначим его как $x_1$) продемонстрировал среднюю корреляцию с маркетинговыми результатами 11,60 %, его вес оценен в 11,60/37,20 = 0,31. Удельный вес численности иностранных граждан из числа НПР в общей численности НПР (обозначим его как $x_2$) продемонстрировал среднюю корреляцию с маркетинговыми результатами 22,94 %, его вес оценен в 22,94/37,20 = 0,62. Объем средств, полученных от выполнения НИОКР от иностранных граждан и иностранных юридических лиц (обозначим его как $x_3$), продемонстрировал среднюю корреляцию с маркетинговыми результатами 2,66 %, его вес оценен в 2,66/37,20 = 0,07. На основании этого определена степень благоприятности влияния конкуренции и притока транснационального капитала на маркетинговое управление реорганизацией университетов России (табл. 4).

Итоговые результаты произведенной оценки продемонстрированы на рисунке 1.

Таблица 4 — **Оценка степени благоприятности влияния конкуренции и притока транснационального капитала на маркетинговое управление реорганизацией университетов России в 2021 г.**

| **Отношение к максимуму** | | | **Взвешенные значения** | | | **Иерархический синтез** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| $x_1$ (максимум: 13,3) | $x_2$ (максимум: 12,15) | $x_3$ (максимум: 128 889) | $x_1$ (вес: 0,31) | $x_2$ (вес: 0,62) | $x_3$ (вес: 0,07) | |
| 0,14 | 0,30 | 0,07 | 0,04 | 0,19 | 0,01 | 0,24 |
| 0,19 | 0,59 | 1,00 | 0,06 | 0,37 | 0,07 | 0,49 |
| 0,71 | 0,45 | 0,65 | 0,22 | 0,28 | 0,05 | 0,54 |

| Отношение к максимуму | | | Взвешенные значения | | | Иерархический синтез |
|---|---|---|---|---|---|---|
| $x_1$ (максимум: 13,3) | $x_2$ (максимум: 12,15) | $x_3$ (максимум: 128 889) | $x_1$ (вес: 0,31) | $x_2$ (вес: 0,62) | $x_3$ (вес: 0,07) | |
| 0,21 | 0,07 | 0,05 | 0,06 | 0,04 | 0,00 | 0,11 |
| 1,00 | 1,00 | 0,03 | 0,31 | 0,62 | 0,00 | 0,93 |
| 0,34 | 0,44 | 0,06 | 0,10 | 0,27 | 0,00 | 0,38 |
| 0,59 | 0,63 | 0,25 | 0,18 | 0,39 | 0,02 | 0,59 |
| 0,23 | 0,43 | 0,25 | 0,07 | 0,27 | 0,02 | 0,36 |
| 0,29 | 0,32 | 0,06 | 0,09 | 0,20 | 0,00 | 0,29 |
| 0,18 | 0,06 | 0,03 | 0,06 | 0,04 | 0,00 | 0,10 |

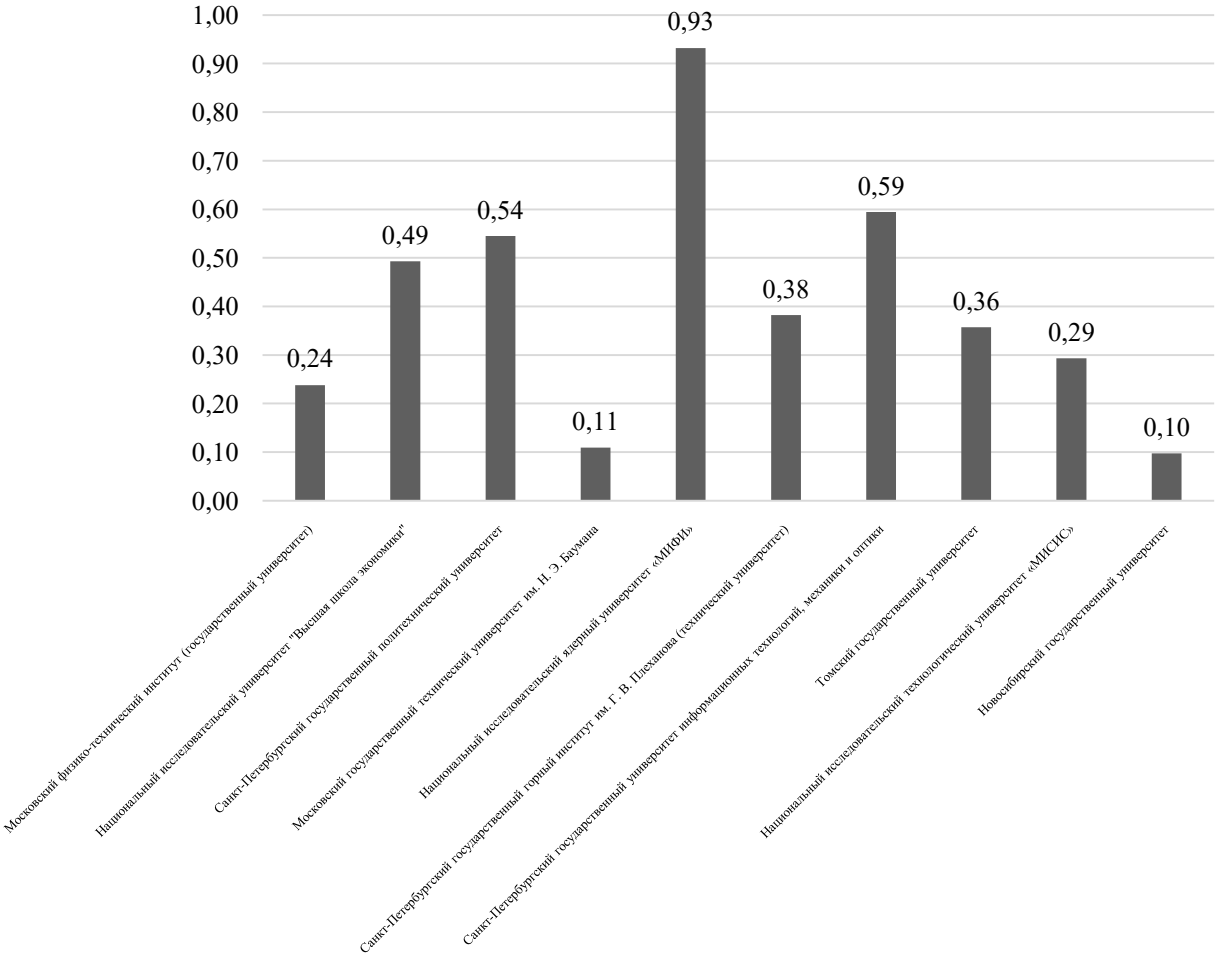


Рисунок 1 — **Степень благоприятности влияния конкуренции и притока транснационального капитала на маркетинговое управление реорганизацией университетов России в 2021 г.**

По данным рисунка 1, наиболее высокая степень благоприятности влияния конкуренции и притока транснационального капитала на маркетинговое управление реорганизацией университетов России в 2021 г. характерна для Национального исследовательского ядерного университета «МИФИ» (0,93), но для остальных университетов она умеренная или низкая и потому нуждается в повышении. Для этого определена регрессионная зависимость отобранных маркетинговых результатов — исследовательский рейтинг (обозначим его как $y_1$), рейтинг цитируемости (обозначим его как $y_2$), рейтинг доходности (обозначим его как $y_3$) и рейтинг интернационализации

деятельности (обозначим его как $y_4$) — от отобранных факторов и получены следующие уравнения регрессии:

– $y_1 = 22,46 + 1,17x_2 + 0,00002x_3$;
– $y_2 = 44,55 + 0,0003x_3$;
– $y_3 = 57,15 + 1,29x_2 + 2,09x_3$;
– $y_4 = 42,52 + 0,01x_2 + 2,08x_3$.

На базе приведенных уравнений регрессии методом подстановки составлены ориентиры улучшения маркетинговых результатов университетов России при реорганизации на базе управления факторами конкуренции и притока транснационального капитала (рис. 2).

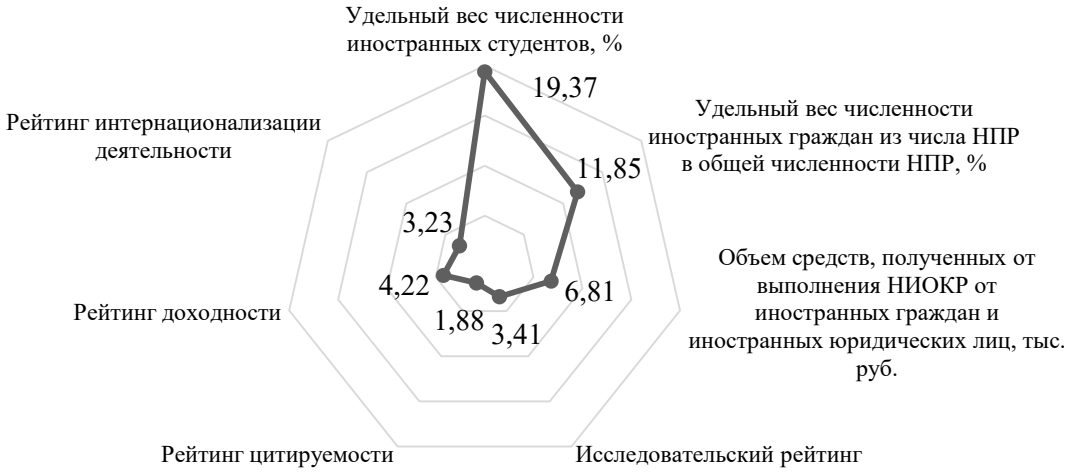


Рисунок 2 — **Ориентиры улучшения маркетинговых результатов университетов России при реорганизации на базе управления факторами конкуренции и притока транснационального капитала**

Согласно полученным на рисунке 2 ориентирам, удельный вес численности иностранных студентов должен быть увеличен в 19,37 раз, удельный вес численности иностранных граждан из числа НПР в общей численности НПР — в 11,85 раз и объем средств, полученных от выполнения НИОКР от иностранных граждан и иностранных юридических лиц — в 6,81 раз. Благодаря этому исследовательский рейтинг университетов России увеличится в 3,41 раза (до 100 баллов), рейтинг цитируемости в 1,88 раза (до 100 баллов), рейтинг доходности в 4,22 раза (до 88,48 баллов) и рейтинг интернационализации деятельности в 3,23 раза (до 100 баллов).

**Выводы**

Разработан маркетинговый подход к управлению реорганизацией университета под влиянием конкуренции и притока транснационального капитала. Подход включает в себя, во-первых, методические рекомендации по проведению оценки степени благоприятности влияния конкуренции и притока транснационального капитала на маркетинговое управление реорганизацией университетов. Апробация составленных рекомендаций на примере национальных исследовательских университетов России в 2021 г. показала, что степень благоприятности влияния конкуренции и притока транснационального капитала на маркетинговое управление реорганизацией является умеренной или низкой, во-вторых, ориентиры улучшения маркетинговых результатов университетов России при реорганизации на базе управления факторами конкуренции и притока транснационального капитала. Предложенные ориентиры призваны обеспечить повышение степени благоприятности влияния конкуренции и притока транснационального капитала на маркетинговое управление реорганизацией университетов России.

**Библиографический список**


1. *Alsharari, N. M.* Internationalization market and higher education field: institutional perspectives // International Journal of Educational Management. — 2019. — Vol. 34. — № 2. — P. 315–334.

2. *Fokdal, J., Čolić, R., Milovanović Rodić, D.* Integrating sustainability in higher planning education through international cooperation: Assessment of pedagogical model and learning outcomes from students' perspective // International Journal of Sustainability in Higher Education. — 2020. — Vol. 21. — № 1. — P. 1–17.

3. *Kataeva, N. N., Marakulina, I. V., Sanovich, M. A., etc.* Transformation of approach to market segmentation within crisis management of global entrepreneurship // *Popkova, E.* Overcoming uncertainty of institutional environment as a tool of global crisis management. Contributions to Economics. — Springer, Cham., 2017.

4. *Lysova, E. A., Bratukhina, E. A., Sozinova, A. A., Matushkina, Y. N.* Digital modernization of region's educational market and its influence on quality of education // International Journal for Quality Research. — 2020. — № 14 (1). — P. 253–270.

5. *Mahajan, P., Golahit, S.* Service marketing mix as input and output of higher and technical education: measurement model based on students' perceived experience // Journal of Applied Research in Higher Education. — 2019. — Vol. 12. — № 2. — P. 151–193.

6. *Popkova, E. G., Savelyeva, N. K., Sozinova, A. A.* Smart technologies in entrepreneurship: launching a new business cycle or countercyclical instrument for regulating economic situation // Lecture Notes in Networks and Systems. — 2021. — № 155. — P. 1722–1730.

7. *Saenko, N. R., Sozinova, A. A., Karabulatova, I. S., etc.* Research in action integrated marketing communications as elements of information and virtualization market relations // International Review of Management and Marketing. — 2016. — № 6 (S1). — P. 267–272.

8. *Sahibzada, U. F., Jianfeng, C., Latif, F., Shafait, Z.* Development and validation of multidimensional instrument for measuring internal marketing in Chinese higher education // Journal of Enterprise Information Management. — 2019. — Vol. 32. — № 3. — P. 413–435.

9. *Saveleva, N. K., Nagovitsyna, E. V., Lapteva, I. P., etc.* Necessity for developing integrated system of economic information on bank services market in conditions of globalization // Espacios. — 2018. — № 39 (28).

10. *Savelyeva, N. K., Kuklin, A. V., Lapteva, I. P., Malysheva, N. V.* Investment attractiveness of regional market of educational services as basis of its global competitiveness in industry 4.0 // On Horizon. — 2019. — № 27 (3–4). — P. 239–244.

11. *Savelyeva, N. K., Timkina, T. A.* Smart technologies as mechanism for regulating bank competition in cross-border markets // Lecture Notes in Networks and Systems. — 2021. — № 155. — P. 1322-1330.

12. *Sozinova, A. A.* Marketing concept of managing the reorganization of entrepreneurial structures using the latest information technologies // Quality — Access to Success. — 2018. — № 19 (S2). — P. 118–122.

13. *Sozinova, A. A., Fokina, O. V., Shchinova, R. A.* Marketing tools for increasing company's reorganization effectiveness // *Popkova, E.* Overcoming uncertainty of institutional environment as tool of global crisis management. Contributions to Economics. — Springer, Cham., 2017.

14. *Sozinova, A. A., Fokina, O. V.* Special aspects of studying the internet as marketing communication channel of service industry // Mediterranean Journal of Social Science. — 2015. — Vol. 6. — № 4S1. — P. 139–145.

15. *Swanson, M. K., Swanson, B. A.* Faculty placement strategies for international higher education institutes: cultural values perspective // Journal of International Education in Business. — 2019. — Vol. 12. — № 2. — P. 212–227.

16. *Tan, D., Yough, M., Wang, C.* International students in higher education: Promoting their willingness to communicate

in classrooms // Journal of Applied Research in Higher Education. — 2018. — Vol. 10. — № 4. — P. 430–442.

17. THE (2021). World University Rankings 2021 [Electronic resource]. — URL: https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2021/world-ranking#!/page/0/length/-1/locations/RU/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/scores.

18. *Vel, P., Shah, A., Mathur, S., Pereira, V.* Internal marketing in higher education context — towards an enriched framework // Int. Journal of Educational Management. — 2019. — Vol. 33. — № 1. — P. 5–27.

19. *Fokina, O. V., Sozinova, A. A., Tyufykova, E. S., etc.* Marketing tools for increasing effectiveness of entrepreneurial structures activities in conditions of import substitution // Espacios. — 2018. — № 39 (28). — P. 8

20. *Watson, K., McGowan, P.* Rethinking competition-based entrepreneurship education in higher education institutions: Towards an effectuation-informed coopetition model // Education + Training. — 2019. — Vol. 62. — № 1. — P. 31–46.

21. Strategic Academic Leadership Program. 2021b [Electronic resource]. — URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=21471.

22. Information and analytical materials based on results of monitoring the effectiveness of activities of higher education educational organizations by the end of 2019. (2021a) [Electronic resource]. — URL: http://indicators.miccedu.ru/monitoring/2019/index.php?m=vpo.

23. List of National research universities in Russia 2020 [Electronic resource]. — URL: https://strategy.hse.ru/list.

***DOI 10.54220/V.RSUE.1991-0533.2022.79.3.008***

***А. Н. Будяков, И. Л. Халеева***

## РОБОТИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЯХ

**Аннотация**

В статье исследованы вопросы роботизации логистических процессов, посредством которых формируются проекты цифровой трансформации цепей поставок. Установлены особенности сквозного логистического процесса, поддерживаемого «цифровой нитью», что позволит объединить интересы всех предприятий цепи поставок, координировать их деятельность, выявлять возможности оперативной перестройки логистических процессов. Выделены основные цифровые инструменты, используемые в практике лидеров нефтегазовой отрасли, которые содействуют повышению корпоративной, социальной и экологической ответственности, оптимизации трансакционных издержек.

Рассмотрены перспективы развития цифровых роботизированных технологий, обусловленные решением задач цифровой трансформации бизнес-процессов в нефтегазовой отрасли. Сделан вывод, что рост и разнообразие числа роботизированных и автоматизированных систем в производстве и логистике подтверждает заинтересованность нефтегазовых компаний на внедрение решений в области искусственного интеллекта для нефтегазового комплекса.

**Ключевые слова**

Роботизация логистических процессов, цифровизация цепей поставок, цифровые инструменты, инвестиции, нефтегазовая отрасль.

*A. N. Budyakov, I. L. Khaleeva*

## ROBOTIZATION OF LOGISTICS PROCESSES IN OIL AND GAS COMPANIES

**Annotation**

Article explores the issues of robotization of logistics processes, through which projects for digital transformation of supply chains are formed. Features of end-to-end logistics process supported by «digital thread» have been established, which will allow uniting the interests of all supply chain enterprises, coordinating their activities, and identifying opportunities for prompt restructuring of logistics processes. The main digital tools used in practice of leaders of oil and gas industry, which help to increase corporate, social and environmental responsibility, and optimize transaction costs, are identified.

Prospects for development of digital robotic technologies, due to solution of problems of digital transformation of business processes in oil and gas industry, are considered. It is concluded that growth and diversity of number of robotic and automated systems in production and logistics confirms the interest of oil and gas companies in implementation of artificial intelligence solutions for oil and gas complex.

**Keywords**

Robotization of logistics processes, digitalization of supply chains, digital tools, investments, oil and gas industry.

### Введение

В настоящее время логистические процессы в нефтегазовой отрасли претерпевают существенные изменения. Это происходит не только под действием четвертой промышленной революции и масштабного распространения цифровых технологий, но и под влиянием глобальных геополитических изменений, развертывания санкционной войны странами Запада против России.

Ситуация такова, что в глобальных цепях поставок, где задействованы российские нефтегазовые компании, блокируются грузы, возрастает нагрузка на порты и таможенные органы, снижается интенсивность логистических потоков. Все это приводит к скоплению грузов в распределительных центрах, повышает затраты на выполнение логистических процессов и негативно отражается на воспроизводственном цикле нефтегазовой отрасли. В таких условиях очевидной становится необходимость поиска новых путей преодоления сложившихся вызовов и рисков. Одним из таких путей является роботизация логистических процессов в нефтегазовой отрасли на основе отечественных цифровых технологий.

### Методология

В ходе подготовки статьи использован инструментарий системного анализа, методы статистического и сравнительного анализа. Матрица требований целевых показателей к логистическим процессам в нефтегазовой отрасли расширяется в силу необходимости преобразования колоссального масштаба (зачастую разрозненных) данных в достоверную информацию. От качества «цифровой нити», обеспечивающей технологическую поддержку логистических процессов в цепи поставок нефтегазовой отрасли, в конечном счете, зависит успех работы всей, столь важной для России, отрасли экономики.

Для обеспечения полноты анализа необходимо охарактеризовать платформенные решения системы: управление ресурсами; управление взаимоотношениями; систему документооборота; бизнес-аналитику; сервисы и программные продукты; управление проектной работой; управление бизнес-процессами и др.

Цифровые решения являются агрегаторами[1] данных, обеспечивающими среду,

[1]Агрегация данных — сбор и систематизация данных из разных источников, предоставление их в эргономичном виде.

предоставляющую пользователям ценную информацию и конкурентное преимущество, путем систематизации процесса взаимодействия с партнерами [1].

**Исследование**

Предприятия нефтегазовой отрасли — лидеры цифровой трансформации. В этом смысле логистический сектор нефтегазовой отрасли не является исключением.

Взаимодействие участников системы поставок в нефтегазовой сфере построено на основе формирования сквозного логистического процесса, поддерживаемого «цифровой нитью». Это позволяет объединять интересы всех предприятий цепи поставок, координировать их деятельность, выявлять возможности оперативной перестройки логистических процессов, маневрировать в условиях нестабильности и задействовать резервы улучшения.

Роботизация логистических процессов обретает цифровой формат, быстрыми темпами преодолевая препятствия широкому распространению искусственного интеллекта, интернета вещей, цифровых двойников и человеко-машинного взаимодействия элементов в системе поставок [2].

В центре внимания логистического менеджмента нефтегазовых предприятий — рационализация и оптимизация логистических процессов в цепи поставок. Речь идет о построении систем поставок на основе эталонных логистических процессов, стандартизированных не только с точки зрения рационализации затрат, но исходя из экологических, природоохранных, социальных требований к выполнению логистических функций и операций [3].

Роботизация логистических процессов — важная технология, на которую опираются проекты цифровой трансформации цепей поставок. Симбиоз роботизации и цифровизации в цепи поставок дает возможность повысить конкурентные преимущества всех участников цепочки: оперативно, качественно, менее материалоемко, безопасно и быстро организовать и управлять логистическими процессами.

Востребованность роботизации логистических процессов растет по мере развития смежных цифровых технологий, промышленного интернета, приложений виртуальной и дополнительной реальности, эмоционального искусственного интеллекта, нейросетей и др.

В числе основных цифровых инструментов, используемых в практике лидеров нефтегазовой отрасли, выделяют: роботизированные процессы (системные интеграторы, роботы-трубоукладчики, буровые роботы, роботы для выполнения обследований и поддержания технологической инфраструктуры); технологии блокчейн (смарт-контракты, информационная безопасность, блокчейн-система электронного документооборота); предиктивные алгоритмы; краудсорсинг; технологии дополненной и виртуальной реальности (обучение персонала и поддержка пошаговой навигации сотрудников на каждом этапе цифровизации технологических процессов, контроль за обеспечением безопасности эксплуатации оборудования и снижения риска для персонала, повышение эффективности разработки нефтегазового месторождения за счет точной интерпретации сейсмических данных), искусственный интеллект (машинное обучение, использование компьютерного зрения, моделирование для прогнозирования возможных рисков, цифровые двойники); цифровое информационное взаимодействие и др. [4].

Мировая практика подтверждает целесообразность роботизации и цифровой трансформации логистических процессов в нефтегазовой отрасли. Рост доступности цифровых логистических сервисов и приложений в рамках технологических платформ и цифровых экосистем позволяет в разы повышать производительность труда, ускорять логистические процессы в полном цикле поставок, обеспечить безопасность и минимизировать риски для персонала, занятого на

работах в неблагоприятных природно-климатических условиях, ускорить процессы принятия решений, сократить сроки выполнения операций и достигнуть высоких показателей эффективности в технологических процессах. Об этом свидетельствует опыт работы норвежской компании Aker BP, работающей на шельфе, и оптимизирующей логистические процессы в снабжении, производстве и сбыте за счет интеграции их в цифровой платформе. Еще пример, это австралийская компания Woodside, которая за счет внедрения инновационных технологий в производственную логистику существенно (10–15 %) повысила производительность логистических функций и операций [5].

Среди российских нефтегазовых компаний, одной из первых обративших внимание на применение технологии виртуальной и дополненной реальности в производственных процессах, выступила компания «Газпромнефть». В частности, платформенное решение видеоаналитики для цифрового массогабаритного замера материально-технических ресурсов на складах позволяет произвести автоматический замер и определить номенклатуру материально-технических ресурсов с использованием технологий компьютерного зрения и искусственного интеллекта; в нефтепереработке использование виртуальных анализаторов качества позволяет прогнозировать качественные показатели без их фактического замера на основании ранее выполненных лабораторных тестов. Качественно новым уровнем автоматизации стал переход на централизованное управление производством и логистикой. Пионерные проекты реализации технологии блокчейн и концепции интернета вещей в процессах закупки материально-технических ресурсов, способствуют повышению надежности связи физической поставки материальных ресурсов с информационным сопровождением товаропотоков и документооборотом. Применение цифровых технологий позволяет компании контролировать устойчивость логистических процессов, содействует повышению корпоративной социальной и экологической ответственности, оптимизации трансакционных издержек.

**Результаты**

Практика применения роботизированных технологий в нефтегазовой отрасли свидетельствует, что в последнее время роботы существенно «поумнели», хотя это не исключает человека из цепочки поставок.

Менеджмент компании «Газпромнефть» заинтересован в сотрудничестве с компаниями-разработчиками роботов, которые учитывают отраслевые особенности логистических процессов. Так, логистические процессы в складировании оснащены миниатюрными роботизированными кубическими тележками, оборудованными фарами и антеннами, которые перемещаются по навесным рельсам, сортируют и складируют грузы, исходя из отраслевых особенностей. Есть и универсальные роботизированные решения, которые позволяют автоматизировать любые складские операции [6]. «Например, российская компания RoboCV выпускает полностью автоматические тягачи и погрузчики для складов. Они работают автономно и независимо от типа груза, размещенного на паллете.

Среди разработок компании есть четырехколесная автономная платформа, которая в теории могла бы стать основой для беспилотных автомобилей. Но сейчас применяется на автопилотах для складов как беспилотная складская техника. Хорошо зарекомендовал себя автономный тягач, который перевозит тележки с разными грузами. При выполнении погрузочно-разгрузочных работ используют паллетную тележку, которая захватывает паллеты или другие типы грузов и увозит их в нужное место; делает это самостоятельно, в отличие от тягача, к которому тележки нужно подсоединять вручную. Паллетная тележка полностью самостоятельно возит грузы и может поднимать их на высоту». [7].

Динамичному развитию цифровых технологий в нефтегазовой отрасли способствует сотрудничество с IT-компаниями. На рисунке 1 приведена структура затрат организаций сектора добычи полезных ископаемых на внедрение и использование цифровых технологий в 2020 г. [8].

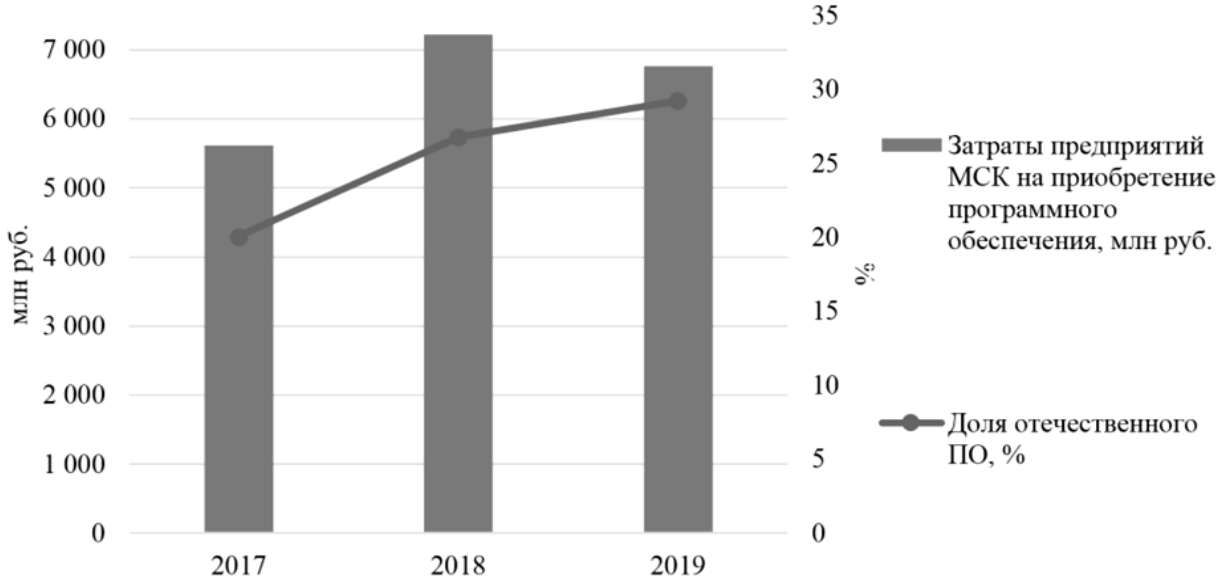


Рисунок 1 — **Структура затрат организаций сектора добычи полезных ископаемых на внедрение и использование цифровых технологий в 2020 г., %**

Вклад сектора ИКТ в развитие сектора «Добыча полезных ископаемых» составляет 10,4 % от ВВП, сектора «Производство кокса и нефтепродуктов» — 2 % от ВВП [9].

По экспертным оценкам 62 % мировых нефтегазовых компаний заявили об увеличении инвестиций в цифровые технологии и роботизацию. Так, в 2019 г. затраты на внедрение решений в области искусственного интеллекта для нефтегазового комплекса оценивались на уровне 1,8 млрд долл. и к концу 2025 г. возрастут до 4 млрд долл. [6]. Следствием этого стал рост числа роботизированных и автоматизированных систем в производстве и логистике. Значительное число зарубежных патентов и научно-технической литературы, заявленных зарубежными предприятиями на автоматизированные и роботизированные устройства для проведения ремонтных работ на скважинах, а также их разнообразие, подтверждает заинтересованность в роботизации логистических процессов в производстве и логистике [10].

**Выводы**

Роботизация логистических процессов в нефтегазовой отрасли трансформирует сложившиеся цепи поставок и внедряет новые стандарты логистики. Соответственно и сложившаяся геополитическая ситуация предъявляет новые требования ко всем участникам цепи поставок; повышается запрос на применение отечественных цифровых разработок.

Управление мобильными роботами, использование цифровых логистических сервисов и приложений в условиях неопределенной логистической среды, должно осуществляться на российских оригинальных разработках в области роботизации логистических процессов.

**Библиографический список**

1. *Борисова, В. В.* Цифровые инновации в логистике // Транспорт и логистика: инновационное развитие в условиях глобализации технологических и экономических связей : сб. науч. трудов. — Ростов-на-Дону, 2018. — С. 216–217.

2. *Афанасенко, И. Д., Борисова, В. В.* Цифровая логистика : учебник для вузов. — СПб., 2018. — С. 190.

3. *Будяков, А. Н., Тасуева, Т. С.* Применение роботизированных решений в процессах закупки материально-технических ресурсов // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. — № 2. — С. 24–30.

4. *Будяков, А. Н., Тасуева, Т. С.* Повышение эффективности закупочных процессов путем параметризации номенклатурных справочников // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. — 2020. — № 2. — С. 6–10.

5. *Куклина, Е. А.* Стратегия цифровой трансформации как инструмент реализации бизнес-стратегии компании нефтегазового сектора современной России // Управленческое консультирование. — 2021. — № 6. — С. 40–53

6. Цифровая трансформация нефтегазовой отрасли: популярный миф или объективная реальность? [Электронный ресурс]. — URL: http://oilandgasforum.ru/data/files/Digest%20site/DAIDJEST%20WEB2_2.pdf.

7. Роботы начали захватывать склады [Электронный ресурс]. — URL: https://hightech.fm/2018/02/01/warehouse_robots.

8. *Третьяков, Н. А., Череповицын, А. Е.* Цифровая трансформация арктического нефтегазового комплекса: новые вызовы и возможности // Север и рынок: формирование экономического порядка. — 2022. — № 1. — С. 17–32.

9. *Сигова, М. В., Супатаев, Т. М.* Система экономической безопасности предприятий нефтегазовой отрасли, ее особенности и ориентация на цифровизацию, эффективность, конкурентоспособность и устойчивое развитие бизнеса // Учебные записки Международного банковского института. — 2021. — № 1 (35). — С. 98–117.

10. *Борисова, В. В., Тасуева, Т. С., Будяков, А. Н.* Конфигурация логистических систем поставок в нефтегазовой отрасли России [Электронный ресурс] // Social and cultural transformations in the context of modern globalism : international scient. conf. — URL: https://www.europeanproceedings.com/files/data/article/10040/12025/article_10040_12025_pdf_100.pdf.

**Bibliographic list**

1. *Borisova, V. V.* Digital innovations in logistics // Transport and logistics: innovative development in context of globalization of technological and economic ties : collection of scient. articles. — Rostov-on-Don, 2018. — P. 216–217.

2. *Afanasenko, I. D., Borisova, V. V.* Digital logistics : textbook for universities. — SPb., 2018. — P. 190.

3. *Budyakov, A. N., Tasueva, T. S.* Application of robotic solutions in procurement of material and technical resources // RISK: Resources, Information, Supply, Competition. — 2019. — № 2. — P. 24–30.

4. *Budyakov, A. N., Tasueva, T. S.* Improving efficiency of procurement processes by parameterizing the nomenclature reference books // RISK: Resources, Information, Supply, Competition. — 2020. — № 2. — P. 6–10.

5. *Kuklina, E. A.* Digital transformation strategy as tool for implementing the business strategy of company in oil and gas sector of modern Russia // Management Consulting. — 2021. — № 6. — P. 40–53.

6. Digital transformation of oil and gas industry: popular myth or objective reality? [Electronic resource] // Neftegaz. — URL: http://oilandgasforum.ru/data/files/Digest%20site/DAIDJEST%20WEB2_2.pdf.

7. Robots started taking over warehouses [Electronic resource]. — URL: https://hightech.fm/2018/02/01/warehouse_robots.

8. *Tretyakov, N. A., Cherepovitsyn, A. E.* Digital transformation of Arctic oil and gas complex: new challenges and opportunities // North and market: formation of economic order. — 2022. — № 1. — P. 17–32.

9. *Sigova, M. V., Supataev, T. M.* System of economic security of oil and gas enterprises, its features and focus on digitali-

zation, efficiency, competitiveness and sustainable business development // Training Notes of International Banking Institute. — 2021. — № 1 (35). — P. 98–117.

10. *Borisova, V. V., Tasueva, T. S., Budyakov, A. N.* Configuration of logistics supply systems in Russian oil and gas industry [Electronic resource] // Social and cultural transformations in context of modern globalism : international scient. conf. — URL: https://www.europeanproceedings.com/files/data/article/10040/12025/article_10040_12025_pdf_100.pdf.

***DOI 10.54220/V.RSUE.1991-0533.2022.79.3.009***

***Н. А. Дадаян***

## ВОПРОСЫ ВОСТРЕБОВАННОСТИ И ЭВОЛЮЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В АСПЕКТЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

**Аннотация**

В статье исследуется роль и значение экологического маркетинга на современном этапе в контексте территориального развития. Проанализированы существующие определения экологического маркетинга. Уточнены этапы эволюции экологического маркетинга и сделаны непротиворечивые выводы относительно его востребованности в текущей ситуации в качестве неотъемлемой части маркетинга территории в управлении региональным развитием.

**Ключевые слова**

Экологический маркетинг, развитие, эволюция.

***N. A. Dadayan***

## ISSUES OF RELEVANCE AND EVOLUTION OF ENVIRONMENTAL MARKETING IN ASPECT OF TERRITORIAL DEVELOPMENT

**Annotation**

Article examines the role and importance of environmental marketing at the present stage in context of territorial development. Existing definitions of environmental marketing are analyzed. Stages of evolution of environmental marketing are clarified and consistent conclusions are made regarding its relevance in current situation as integral part of territory marketing in management of regional development.

**Keywords**

Environmental marketing, development, evolution.

**Введение**

Вопросы актуализации и теоретической проработки проблематики экологического маркетинга стали востребованы в теоретическом и практическом плане сравнительно недавно. Ранее вопросы экологического маркетинга не были популярны в обществе по причине относительной чистоты окружающей среды и достаточности природных ресурсов, сопровождающихся нехваткой продовольствия для нужд всего населения [5]. При развитии технологий производства продовольствия, массификации данных про-

цессов и повышении его доступности для большинства населения помимо количественных параметров на первый план стали выходить качественные, ориентированные на платежеспособный спрос.

Активное развертывание различных производств и ухудшающаяся общая экологическая обстановка, сопровождающаяся нерациональным использованием ресурсов, как возобновляемых, так и невозобновляемых, рост загрязнений, изменения климата, природные и техногенные катастрофы привели, в целом, к росту экологических рисков и снижению качества жизни человечества [8]. В таких условиях проявляется интерес у ученых и практиков к экологическому маркетингу, что нашло отражение к специализированной литературе [18, 20, 25] и есть примеры компаний из различных сфер хозяйствования, демонстрирующих экологически ответственное поведение [10]. Это, в свою очередь, повышает актуальность исследования эволюционного пути экологического маркетинга и понимания его востребованности в региональном развитии в текущей ситуации.

**Материалы и методы**

В рамках исследования вопросов востребованности и эволюции экологического маркетинга в аспекте территориального развития мы опирались на авторитетные мнения отечественных и зарубежных ученых, выступающих экспертами в понимании сути и генезиса экологического маркетинга. Также в статье анализировались данные эмпирических исследований о потребительских предпочтениях в выборе экологически ориентированных компаний и экологически ориентированной продукции. Использованы методы научного поиска, сравнения, логического анализа.

**Обсуждение**

Сегодня государства ставят в качестве целевой установки задачи по снижению экологических рисков и выработке действенной стратегии по преодолению негативных последствий для социальной и экономической подсистем. В таком контексте отметим, что в Стратегии национальной безопасности Российской Федерации прямо отмечено, что экологическая безопасность является неотъемлемой важной составляющей безопасности государства [12].

По мнению научного сообщества, достижение экологической безопасности предполагает коррекцию управленческих приоритетов, осознанное поведение бизнес-сообщества и населения [11].

Для понимания сложившейся современной ситуации, а также ролевого участия экологического маркетинга в территориальном развитии целесообразно проследить его эволюцию (табл. 1).

Таблица 1 — **Эволюционирование концепции экологического маркетинга** [2, 9, 13, 15, 17]

| **Период** | **Событие / сложившаяся ситуация** | **Доминирующая маркетинговая концепция** |
|---|---|---|
| Период отсутствия осознания экологических проблем и отсутствия общественной заинтересованности в экологическом маркетинге | | |
| 1950-е гг. XX в. | Нацеленность бизнеса на интенсификацию продаж (рост производства товаров массового спроса; тех, которые бизнес может производить и активно продвигать) | Маркетинг производителя (период промаркетинговых концепций: интенсификации производства, совершенствования товара, активизации сбыта) |
| 1960-е гг. XX в. | Ориентация бизнеса на потребности и запросы потребителей (приверженность установке о первичности потребностей клиента и собственной успешности за счет их полноценного удовлетворения) | Маркетинг потребителя (период классического маркетинга с выявлением ожиданий реальных и потенциальных клиентов) |

| Период | Событие / сложившаяся ситуация | Доминирующая маркетинговая концепция |
|---|---|---|
| Период накопления знаний и частичного осознания экологических проблем | | |
| 1962 г. XX в. | Публикация книги Р. Карсон «Безмолвная весна», популяризированной на фоне нарастающего количества экологических проблем (прослеживается связь между ухудшением экологической ситуации, изменением видов насекомых и животных, видов, резистентных к различным воздействиям, негативным влиянием на человека, вплоть до развития онкологических заболеваний) | Начинает оформляться концепция социально ориентированного (социально-этичного) маркетинга как ответа на общественный запрос |
| 1970-е гг. XX в. | Проявление ряда социально-экономических проблем: рост инфляции, рост населения, снижение качества жизни и очевидное ухудшение качества окружающей среды | Становление концепции социально ориентированного (социально-этичного) маркетинга в качестве доминирующей; потребители ориентированы на приобретение товаров и услуг ответственных компаний, которые нацелены на удовлетворение потребностей клиентов, наряду с решением общественных проблем (в числе которых ответственное отношение к окружающей среде) |
| Период формирования концепции экологического маркетинга | | |
| 1975–1976 гг. XX в. | Рассмотрение на симпозиуме Американской ассоциации маркетинга вопросов экологического маркетинга, публикация книги К. Гениона, Т. Кинира «Экологический маркетинг» | Публичное упоминание экологического маркетинга (экологический маркетинг, как ответ бизнеса на происходящие изменения и реакция общества на осознаваемую необходимость перемен) |
| 1983–1987 гг. XX в. | Формирование специальной Международной комиссии ООН по окружающей среде и развитию; Доклад Брунтдланда «Наше общее будущее» | Популяризация термина «устойчивое развитие», формирование концепции устойчивого развития и проявление идейных оснований для развития экологического маркетинга |
| 1992–2002 гг. | Саммит Земли в ООН в Рио-де-Жанейро (Декларация в Рио, Повестка дня на XXI век); Всемирный Саммит ООН в Йоханнесбурге: утверждение во мнении, что сложившаяся структура производства и потребления опасна для окружающей среды | Формирование концепции устойчивого маркетинга или маркетинга устойчивости (включает в себя экологический маркетинг и также ориентирован на социальную подсистему) |
| 2012–2015 гг. | Конференция ООН «Рто+20»: итоговый документ «Будущее, которое мы хотим»; Саммит ООН по устойчивому развитию, формулирование 17 глобальных целей устойчивого развития | Проявляется общее укрепление приверженности к устойчивому развитию и оформление концепции устойчивого маркетинга (которую часть исследователей отождествляет с экологическим маркетингом) |
| Современный период | Принятие целей устойчивого развития, следование им, мониторинг показателей устойчивого развития во избежание дальнейших пагубных изменений окружающей среды | Отождествление устойчивого маркетинга с экологическим (при условии нацеленности экологического маркетинга на решение общественных проблем)<br>Проявление экологического маркетинга в качестве неотъемлемой составляющей маркетинга территории при планировании и реализации развития регионов |

Говоря о современном этапе, следует сказать, что не все авторы отождествляют устойчивый маркетинг с экологическим.

К устойчивому маркетингу относят такой, который нацелен на достижение экологических и социальных эффектов, наряду с экологическими. Однако один из исследователей, Д. Фуллер, выделяет в установках устойчивого маркетинга «удовлетворение запросов потребителей; обеспечение целей организации и обеспечение гармонизации всех процессов с экосистемой» [21]. Кроме того, сам запрос на решение экологических проблем, их учет в деловой практике представляется реакцией на широкий общественный запрос и необходимость решения социальных проблем, по этой причине считаем допустимым отождествление на современном этапе экологического маркетинга с устойчивым. С нами в данном утверждении солидарны такие исследователи, как М. В. Зинцова, К. С. Зинцов, Н. Н. Яшалова и др. [2, 17].

Интересной и во многом оправданной представляется точка зрения, согласно которой (по укрупненным блокам) сам маркетинг эволюционировал в сторону экологизации, которая прошла три основных этапа, такие как [24]:

– экологическая стадия (фиксация экологических проблем и нацеленность на их решение);

– маркетинг окружающей среды (инициативы бизнеса по снижению ущерба окружающей среде и позиционирование таких инициатив (решений) в качестве реальных конкурентных преимуществ);

– устойчивый маркетинг (маркетинговая теория и практика, нацеленные на преодоление негативных последствий и нахождение решений для устойчивого развития).

**Результаты**

Получается, что сам маркетинг эволюционировал в сторону экологического, в этом смысле это является подтверждением того тезиса, что маркетинг территории в своей основе на современном этапе содержит экологическую составляющую — экологический маркетинг.

Необходимо также рассмотреть существующие трактовки, определения экологического маркетинга, представленные исследователями в специализированной литературе (табл. 2).

Таблица 2 — **Существующие трактовки экологического маркетинга** [1, 2, 3, 4, 5, 7, 10, 13, 14, 16, 17, 23]

| Автор | Определение |
|---|---|
| Генион К., Кинир Т. | Совокупность маркетинговых мероприятий, которые направлены на устранение последствий существующих экологических проблем |
| Митина Э. А. | Концепция, предусматривающая ориентацию деятельности предприятия на формировании и удовлетворении экологически ориентированного спроса с целью сохранения окружающей среды и здоровья граждан |
| Яковлева Ю. К., Скороварова М. К. | Процесс разработки и внедрения концепции хозяйственной деятельности предприятия, включая ценообразование, продвижение товаров и услуг с учетом фактора экологического риска |
| Стрыжова Я. А., Сучкова Е. А. | Деятельность предприятия по удовлетворению запросов потребителей посредством продвижения товаров и услуг, наносящих минимальный вред окружающей среде |
| Захарова Т. В., Краковецкая И. В. | Разработка и создание методов продвижения и реализации экологической безопасной продукции и услуг |
| Иванченко О. В., Терещенко А. В. | Удовлетворение потребности ориентированного на сохранение экологии и разумности потребления ресурсов сообщества в экологичных товарах и услугах |
| Яшалова Н. Н., Крылова Н. П., Левашов Е. Н. | Маркетинг экологически чистой продукции; продвижение и реклама продукции с экологическими характеристиками |

| Автор | Определение |
|---|---|
| Хачатуров А. Е. | Маркетинг, направленный на производство продукции, которая безопасна для окружающей среды и потребителей, развитие технологий и процессов, снижающих воздействие на окружающую среду |
| Смирнова Е. | Процесс удовлетворения нужд потребителей путем продвижения товаров и услуг, наносящих минимальный вред окружающей среде на всех стадиях жизненного цикла и созданных посредством минимально возможного объема природных ресурсов |
| Костоглодов Д. Д., Бондаренко В. А., Гуськов А. И. | Средство выбора в развитых обществах на современном этапе, средство согласования интересов потребителей, бизнеса, социума в целом, их сопряжения с управленческими установками в парадигме устойчивого развития |

Как видим, в представленных трактовках авторы, преимущественно, говорят об экологически чистой продукции (услугах), а также о бизнес-процессах, хозяйственной деятельности организаций, которые призваны в своей основе снизить нагрузку на окружающий ландшафт и обеспечить снижение потребления ресурсов.

Нам представляется, что наиболее важным является предъявление требований на экологичность ко всему циклу производства (от сырья и материалов, применяемых технологий, упаковки), продвижения и возможной переработки продукции. Только комплексные усилия могут дать ощутимые результаты.

Говоря о потребительских запросах, подчеркнем, что современные потребители, согласно данным эмпирических исследований, сегодня вовлечены в проблематику экологичности работы компаний и производимой ими продукции (рис. 1).

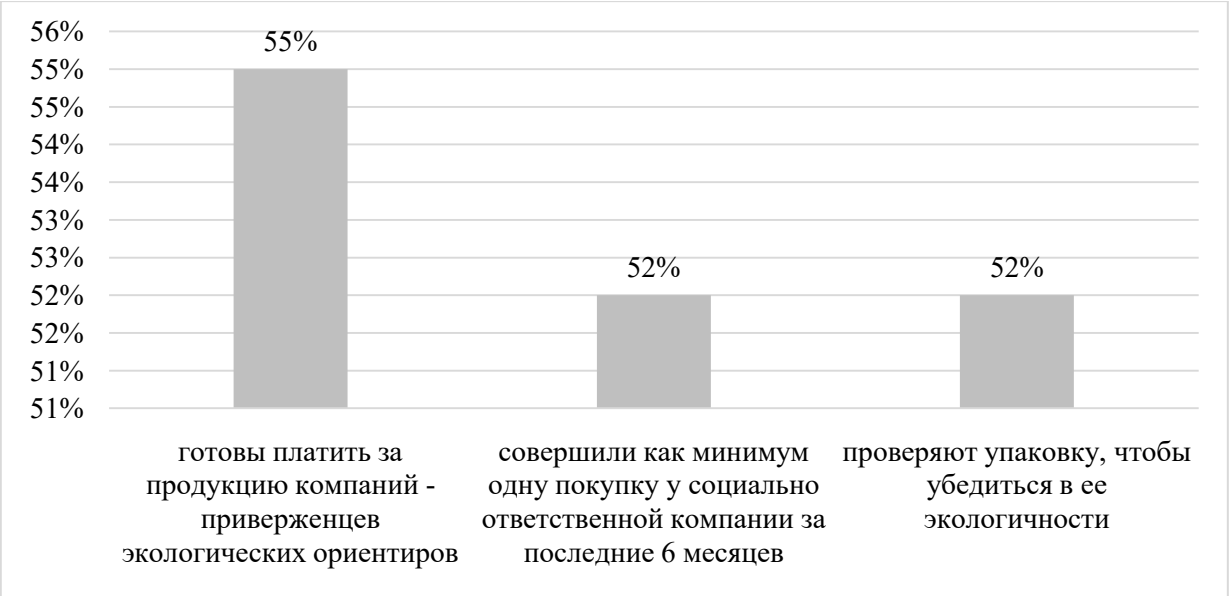


Рисунок 1 — **Потребительские предпочтения в отношении запроса на экологичность, % (каждый показатель в долевом отношении к 100 %)** [22]

Как видим, уже в 2014 г. более половины потребителей (52 %) предъявляли запросы к экологичности упаковки и выбирали социально ответственный бизнес; 55 % опрошенных выражали готовность платить за экологичность.

В 2021 и 2022 г., несмотря на объективные сложности в мировой экономике, потребители продолжают высказывать общественный запрос на экологичность. Опросы показали, что в 2021 г. 67 % потребителей за последние 6 меся-

цев покупали экологичные продукты, тогда как в 2022 г. их число достигло 84% [19].

Сравнение потребительских запросов в 2022 г. с 2021 г. приведены на рисунке 2.

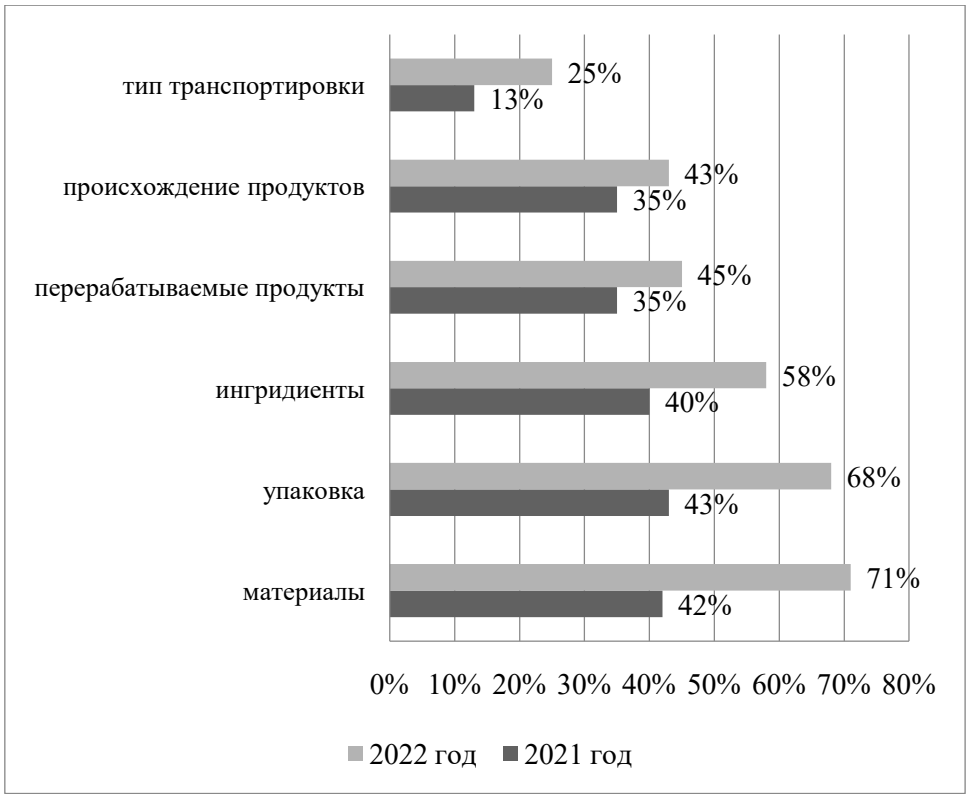


Рисунок 2 — **Потребительские запросы на экологичность в 2021–2022 гг., %** [19]

Как видим, ответственное поведение потребителей растет, что отражается на поведении бизнеса. Так, более 60 % западноевропейских предприятий реализуют (в том числе инициативно) различные природоохранные проекты, а в российских организациях данное направление относится к приоритетным и следует за поддержкой образования, здравоохранением и помощью социально незащищенным слоям населения [6].

Актуальное направление экологического маркетинга, востребованное в работе компаний, организаций, также является необходимым в условиях интенсификации регионального развития, поскольку помимо экономических параметров для качества жизни населения в регионах не менее значимы экологические параметры и ответственное поведение всех стейкхолдеров. Подобный подход оправдан и для определения конкурентных преимуществ региона и привлечения инвесторов, населения в благоприятную для проживания территорию.

**Выводы**

В текущей ситуации зримо проявился запрос на практическое внедрение экологического маркетинга в территориальном развитии. В рамках эволюции экологического маркетинга он прошел путь от осознания проблемы необходимости решения экологических проблем до концептуальных построений, предполагающих вовлечение экологических прерогатив во все бизнес-процессы предприятий и жизненный цикл управления продуктами.

Применительно к региону экологический маркетинг представляет собой неотъемлемую часть управления социально-экономическим развитием, выступая значимой составляющей маркетинга территории.

**Библиографический список**


1. *Захарова, Т. В., Краковецкая, И. В.* Экологический маркетинг: помощь рынку, зеленая реклама и другие инструменты продвижения технологических инноваций в университетских городах мира и России // Вестник Томского государственного университета. Экономика. — 2018. — № 42. — С. 231–245.

2. *Зинцова, М. В., Воронцова, М. А., Зинцов, К. С.* Реализация концепции экологического маркетинга // Российский внешнеэкономический вестник. — 2019. — № 8. — С. 94-104.

3. *Иванченко, О. В., Терещенко, А. В.* Прогрессивные направления и инструментарий экологического маркетинга // Концепт. — 2016. — № Т26. — С. 1096–1100.

4. *Козлова, О. А.* Зеленые маркетинговые стратегии компании на рынке продовольственных товаров // Практический маркетинг. — 2010. — №10. — С. 3–10.

5. *Костоглодов, Д., Бондаренко, В., Гуськов, А.* Проблемы продовольственного обеспечения социума и развития экологического маркетинг // Практический маркетинг. — 2014. — № 1 (203). — С. 3–12.

6. *Лялькова, И. О., Киселева, А. В.* Развитие экологического маркетинга на примере российского бизнеса // Маркетинг и логистика. — 2016. — № 6 (8). — С. 72–76.

7. *Митина, Э. А.* Экологический вектор в маркетинге // Аграрный вестник Верхневолжья. — 2017. — № 4 (21). — С. 111–122.

8. *Полухина, М. Г.* Экологический менеджмент — основной фактор социально-экономического развития сельских территорий // Научный журнал НИУ ИТМО. Сер. Экономика и экологический менеджмент. — 2018. — № 2. — С. 91–102.

9. *Сейдуалин, Д. А.* Концепция зеленого маркетинга как экономическая выгода вторичной переработки отходов // Вестник университета «Туран». — 2018. — № 4 (80). — С. 47–50.

10. *Смирнова, Е.* Экологический маркетинг // Практический маркетинг. — 2010. — № 4 (158). — С. 9.

11. *Сокольская, Т. И.* О проекте Стратегии экологической безопасности Российской Федерации до 2025 г. // Наука и современность. — 2016. — № 48.

12. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации : Указ Президента Российской Федерации от 31.12.2015 № 683.

13. *Стрыжова, Я. А., Чучкова, Е. А.* Зеленый маркетинг // Приоритетные научные направления: от теории к практике. — 2016. — № 32-2. — С. 149–153.

14. Экологический маркетинг / А. Е. Хачатуров, Т. В. Гусева, И. И. Кретов, Г. С. Панин // Маркетинг в России и за рубежом. — 2000. — № 4. — С. 30–37.

15. *Шимова, О. С., Радюк, А. Р.* От теории к практике реализации расширенной ответственности производителя: эколого-экономический аспект // Белорусский экономический журнал. — 2016. — № 2 (75). — С. 93–108.

16. *Яковлева, Ю. К., Скороварова, М. К.* Экологический маркетинг: концептуальные взгляды и тенденции последних десятилетий // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. — 2019. — № 1. — С. 189–199.

17. *Яшалова, Н. Н., Крылова, Н. П., Левашов, Е. Н.* Региональный экологический маркетинг: особенности и перспективы // Экономика и экологический менеджмент. — 2020. — № 3.

18. *Alhamad, A. M., Bin Mat Junoh, M. Z., Binti Tunku Ahmad, T. S., Eneizan, B*. Green marketing strategies: theoretical approach // American journal of economics and business management. — 2019. — Vol. 2. — № 2. — P. 77–94.

19. Consumers are willing to pay more for sustainable products despite inflation, according to Capterra Line [Электронный ресурс]. — URL: https://www.yahoo.com/entertainment/consumers-willing-pay-more-sustainable-120000094.html.

20. *Dangelico, R. M., Vocalelli, D.* Green marketing: analysis of definitions, strategy steps and tools through a systematic review of literature // Journal of cleaner production. — 2017. — Vol. 165. — P. 1263–1279.

21. *Fuller, D.* Sustainable marketing: managerial-ecological issues // Sage. — 2000.

22. Going Green: How corporate social responsibility can boost your bottom line [Электронный ресурс]. — URL: https://www.nielsen.com/insights/2014/going-green-how-corporate-social-responsibility-can-boost-your-bottom-line.

23. *Henion, K., Kinnear, T.* Ecological marketing // American Marketing Association. — 1976.

24. *Peattie, K.* Towards sustainability: Third age of green marketing // Marketing Review. — 2000. — № 2. — P. 129–146.

25. *Wu, J., Rangan, S., Zhang, H.* Green communications: theoretical fundamentals, algorithms and applications // CRC Press. Taylor & Francis Group.

**Bibliographic list**

1. *Zakharova, T. V., Krakovetskaya, I. V.* Ecological marketing: market assistance, green advertising and other tools for promoting technological innovations in university cities of world and Russia // Bulletin of Tomsk State University. Economy. — 2018. — № 42. — P. 231–245.

2. *Zintsova, M. V., Vorontsova, M. A., Zintsov, K. S.* Implementation of concept of environmental marketing // Russian Foreign Economic Bulletin. — 2019. — № 8. — P. 94–104.

3. *Ivanchenko, O. V., Tereshchenko, A. V.* Progressive directions and tools of environmental marketing // Concept. — 2016. — № T26. — P. 1096–1100.

4. *Kozlova, O. A.* Green marketing strategies of company in market of food products // Practical marketing. — 2010. — № 10. — P. 3–10.

5. *Kostoglodov, D., Bondarenko, V., Guskov, A.* Problems of food supply of society and development of ecological marketing // Practical marketing. — 2014. — № 1 (203). — P. 3–12.

6. *Lyalkova, I. O., Kiseleva, A. V.* Development of environmental marketing on example of Russian business // Marketing and logistics. — 2016. — № 6 (8). — P. 72–76.

7. *Mitina, E. A.* Ecological vector in marketing // Agrarian Bulletin of Upper Volga region. — 2017. — № 4 (21). — P. 111–122.

8. *Polukhina, M. G.* Environmental management — the main factor of socio-economic development of rural territories // Scientific Journal of ITMO Research Institute. Series: Economics and environmental management. — 2018. — № 2. — P. 91–102.

9. *Seidualin, D. A.* Concept of green marketing as economic benefit of waste recycling // Bulletin of University «Turan». — 2018. — № 4 (80). — P. 47–50.

10. *Smirnova, E.* Environmental marketing // Practical marketing. — 2010. — № 4 (158). — P. 9.

11. *Sokolskaya, T. I.* On draft strategy of environmental safety of Russian Federation until 2025 // Science and modernity. — 2016. — № 48.

12. National Security Strategy of Russian Federation : Decree of President of Russian Federation from 31.12.2015 № 683.

13. *Stryzhova, Ya. A., Chuchkova, E. A.* Green marketing // Priority scientific directions: from theory to practice. — 2016. — № 32-2. — P. 149–153.

14. Ecological marketing / A. E. Khachaturov, T. V. Guseva, I. I. Kretov, G. S. Panin // Marketing in Russia and abroad. — 2000. — № 4. — P. 30–37.

15. *Shimova, O. S., Radyuk, A. R.* From theory to practice of extended producer responsibility: ecological and economic aspect // Belarusian Economic Journal. — 2016. — № 2 (75). — P. 93–108.

16. *Yakovleva, Yu. K., Skorovarova, M. K.* Ecological marketing: conceptual views and trends of recent decades // Bulletin of Donetsk National University. Ser. B. Economics and law. — 2019. — № 1. — P. 189–199.

17. *Yashalova, N. N., Krylova, N. P., Levashov, E. N.* Regional environmental marketing: features and prospects // Economics and Environmental Management. — 2020. — № 3.

18. *Alhamad, A. M., Bin Mat Junoh, M. Z., Binti Tunku Ahmad, T. S., Eneizan, B.* Green marketing strategies: theoretical approach // American journal of economics and busi-

ness management. — 2019. — Vol. 2. — № 2. — P. 77–94.

19. Consumers are willing to pay more for sustainable products despite inflation, according to Capterra Line [Electronic resource]. — URL: https://www.yahoo.com/entertainment/consumers-willing-pay-more-sustainable-120000094.html.

20. *Dangelico, R. M., Vocalelli, D.* Green marketing: analysis of definitions, strategy steps and tools through a systematic review of literature // Journal of cleaner production. — 2017. — Vol. 165. — P. 1263–1279.

21. *Fuller, D.* Sustainable marketing: managerial-ecological issues // Sage. — 2000.

22. Going Green: How corporate social responsibility can boost your bottom line [Electronic resource]. — URL: https://www.nielsen.com/insights/2014/going-green-how-corporate-social-responsibility-can-boost-your-bottom-line.

23. *Henion, K., Kinnear, T.* Ecological marketing // American Marketing Association. — 1976.

24. *Peattie, K.* Towards sustainability: Third age of green marketing // Marketing Review. — 2000. — № 2. — P. 129–146.

25. *Wu, J., Rangan, S., Zhang, H.* Green communications: theoretical fundamentals, algorithms and applications // CRC Press. Taylor & Francis Group.

***DOI 10.54220/V.RSUE.1991-0533.2022.79.3.010***

***С. С. Змияк, С. В. Шепилов***

## КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГНОЗНО-АДАПТИВНОГО ПОДХОДА В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

**Аннотация**

В статье рассматривается совершенствование системы социального менеджмента на основе прогнозно-адаптивного подхода, применяемого в различных сферах производственно-коммерческой деятельности. Использование данного подхода в социальной сфере предполагает формирование индивидуального прогноза потребности получателя социальных сервисов и разработку комплекса управленческих действий по обеспечению доступа к благам, которые будут востребованы в будущем. Формирование индивидуально-сценарного прогноза предлагается осуществлять на основе анализа условий жизнедеятельности, этапов жизненного цикла с учетом личных обстоятельств получателя социальных услуг. Данная работа должна производиться как подсистемами социального менеджмента предприятий и организаций, так и управленческими структурами поставщиков социальных услуг.

**Ключевые слова**

Социальный менеджмент, социальные услуги, прогнозно-адаптивное управление.

***S. S. Zmiyak, S. V. Shepilov***

## KEY ASPECTS OF IMPLEMENTATION OF PREDICTIVE ADAPTIVE APPROACH IN SOCIAL MANAGEMENT SYSTEM

**Annotation**

Article discusses the improvement of social management system based on predictive and adaptive approach used in various fields of industrial and commercial activity. Use of approach in social sphere involves the formation of individual forecast of needs of recipient of social services and development of set of management actions to ensure access to benefits that will be in demand

in future. Formation of individual scenario forecast is proposed to be carried out on basis of analysis of life conditions, life cycle stages, taking into account the personal circumstances of recipient of social services. This work should be carried out both by subsystems of social management of enterprises and organizations, and by management structures of social service providers.

**Keywords**

Social management, social services, predictive adaptive management.

**Введение**

Способность общества предоставить своим членам блага, обеспечивающие его физическое и духовное развитие, является одним из ключевых элементов воспроизводства и цивилизационного развития самого общества. Доступность данных благ должна быть максимально полной и не зависеть от уровня доходов, места нахождения и иных условий существования человека. Особенно это важно для людей, находящихся в сложной жизненной ситуации и не способных по различным причинам получить значимые для себя блага на платной основе. Для помощи таким категориям граждан во всех развитых странах функционирует система социальной защиты, гарантирующая получение социальных услуг всем категориям населения. Деятельность данной системы основывается на установленных законом процедурах предоставления социальных услуг, имеет четко оформленную организационную структуру, которая является базовой для функционирования всей социальной сферы. Однако сфера предоставления социально значимых благ значительно шире, чем помощь определенным категориям нуждающимся и комплекс управленческих механизмов производства и распределения данных благ — менеджмент в социальной сфере — значительно более сложная и многоуровневая система, развитие которой крайне важно для полноценного общественного воспроизводства.

В научной литературе понимание социального менеджмента реализуется по ряду направлений управленческой активности [1, с. 20]:

– управление конкретными видами общественно значимых услуг и услуг, предоставляемых отдельным категориям граждан, находящихся в сложной жизненной ситуации;

– управление любыми социально значимыми услугами и благами, относящимися к непроизводственной сфере;

– особая ориентация системы управления на учет социального аспекта производственно-хозяйственной деятельности.

Наиболее распространенное понимание социального менеджмента как управленческой системы по предоставлению социальных услуг остро нуждающимся ограничивает сферу управления и разрабатываемые подходы функциональной областью деятельности бюджетных организаций социальной защиты, поскольку понятие социальной услуги и основные компоненты ее предоставления четко и однозначно закреплены в законодательных формулировках именно как нацеленные на отдельные категории граждан [2].

Такое однозначное понимание социальных услуг как предоставление благ остро нуждающимся позволяет конкретизировать предмет и методы управления, но концентрирует внимание на работе системы социальной защиты и сужает сферу применения социального менеджмента. Понятие «социальная услуга» закреплено в нормативно-правовых документах, широко используется в информационных ресурсах системы социальной защиты и обозначает блага, удовлетворяющие базовые потребности, обязательные к получению всеми гражданами, прежде всего, индивидов или групп, испытывающие нужду в результате какой-либо жизненной ситуации. Чтобы не трансформировать уже сложившееся и активно используемое понимание соци-

альной услуги в рамках данного исследования для корректного обозначения предмета изучения — широкого спектра социальных благ, направленных на общество в целом, ориентированных не только на удовлетворение потребностей, но и на целенаправленную работу по физическому и духовному развитию членов общества, оказываемых в том числе и на платной основе с использованием механизма предпринимательства, — используется понятие «социальный сервис». То есть, несмотря на синонимичность двух понятий для раскрытия направлений совершенствования социального менеджмента в рамках настоящего исследования под социальными услугами понимаются обязательные для предоставления и оплачиваемые за счет бюджета нормированные блага, а под социальными сервиса — значимые для человека и групп людей блага, которые содействуют его воспроизводству, физическому и духовному развитию, получение которых стимулируется обществом.

**Материалы и методы**

Исследование социальных сервисов как емкой категории, обозначающей предоставление социальных благ всем категориям получателей, а не только нуждающимся, требует уточнения состава и структуры сервисного управления, расширения методов информационно-аналитического обеспечения социального менеджмента, использования современных подходов в области прогнозирования и моделирования социальных процессов.

Информационные материалы, касающиеся получателей социальных сервисов, не ограничиваются отдельными категориями граждан, а охватывают всех членов общества и должны быть достаточно объемны и детальны, чтобы помимо описания текущего состояния позволить сформировать прогноз потребности в социальных сервисах в будущем. Эти данные формируются на основе статистических показателей, математических моделей и экспертных оценок.

**Обсуждение**

Изучение социальных сервисов, предоставляемых всем членам общества, делает необходимым уточнение состава и структуры системы менеджмента, образующего многоуровневую сетевую структуру оказания помощи и поддержки гражданам.

В настоящее время в качестве основного субъекта социального менеджмента рассматриваются государственные и муниципальные учреждения социальной защиты населения. Наличие данного субъекта управления важно для нуждающихся граждан, но для широкой аудитории потребителей социальных сервисов необходим иной субъект управления. В советском прошлом такую роль играли профсоюзы, которые в административной экономической системе не были достаточно самостоятельными для отстаивания прав трудящихся (более того, эту функцию даже на низовом звене — предприятии — через партийные организации реализовывала сама правящая политическая партия, которая выступала как партия рабочего класса). Но функцию распределения благ, предоставления дополнительных социальных сервисов работникам предприятия выполняли именно профсоюзные организации. Они поддерживали работников в сложных жизненных ситуациях, обеспечивали детский отдых, санаторно-курортное лечение и иные социальные сервисы.

В современных условиях только единичные организации наделяют подразделения по работе с кадрами достаточными возможностями для предоставления социальных сервисов. Для реализации целей и задач социального менеджмента такая практика должны быть расширена и стать повсеместной — на предприятиях и организациях необходимо формировать специализированные управленческие позиции в рамках прямых или дополнительных полномочий специалистов по работе с персоналом. Конкретные формы могут быть любыми — от заместителя руководителя предприятия или организации по

социальным вопросам до отдельного специалиста, в функциональные обязанности которого будут входить задачи по содействию решению социальных проблем сотрудников. Формирование такой управленческой позиции необходимо согласовать с совершенствованием менеджмента предприятий и организаций, производящих социальные сервисы: медицинские, образовательные, культурно-просветительские и пр. Менеджеры поставщиков сервисов обеспечивают их распределение среди потребителей на территории, которую обслуживает предприятие, но делают это в массовом порядке без точной настройки на состав и структуру получателей сервисов.

Для распространения социальных сервисов среди широкой аудитории потребителей необходимо формирование сети менеджеров на предприятиях и организациях, где данные потребители реализуют основные процессы своей жизнедеятельности — работают, учатся. Тем самым затрагивается часть аудитории, не испытывающая острую нужду и для которой большинство бюджетных услуг социальной защиты не предназначены, но которой также необходимы социальные сервисы в сфере культуры и образования, медицинского обслуживания, физической культуры, туризма и пр. Сама сфера социального обслуживания от иерархической системы социальной защиты трансформируется к сетевой форме предоставления услуг.

Нужно еще раз подчеркнуть, что выделение фигуры менеджера по социальным вопросам в организации не является чем-то необычным для управленческой практики, но наделение его функционалом продвижения социальных сервисов и перехода от решения задач содействия в жизненных проблемах сотрудников к системной работе по обеспечению физического, духовного и социального роста персонала является новым направлением управленческой деятельности.

Основанием системной работы социального менеджмента является высокая предопределенность потребностей в социальных сервисах — несмотря на то что жизненный путь отдельного человека уникален, общие возрастные и социальные ситуации (состояние здоровья, семейные события, потребности в коммунальных, транспортных, правовых, информационных и иных ресурсах) широких слоев населения схожи и требуют комплекса мер поддержки и содействия. Степень достоверности прогноза возникновения потребностей и оценка масштабов социальных сервисов, необходимость в которых определяется циклом жизни отдельного индивида, достаточно высокая, что позволяет проводить системную работу по настройке системы производства и распределения данных сервисов в рамках социального менеджмента.

Следует отметить, что прогнозирование будущего состояния объекта управления для планирования действий по достижению поставленных целей и адаптация существующих приемов и методов деятельности к складывающимся условиям является основой управления в любой сфере — как в технике, так и в социуме. Но в социальной сфере в большинстве случаев точное прогнозирование невозможно, поскольку общественные процессы носят сложный и многообразный характер, зачастую стихийны, а устремления большинства индивидов во многом непредсказуемы, определяются не только объективными потребностями человека, но и его эмоциональным состоянием, субъективными предпочтениями. В то же время биологическая природа человека и устоявшиеся правила проживания в обществе во многом предопределяют состав и структуру жизненного цикла, этапы которого формируют четко выраженные потребности в получении соответствующих социальных сервисов. Таким образом, прогноз потребности в социальных сервисах может быть достаточно точным, как и методология адаптации производства и получения сервисов с учетом конкретной жизненной ситуации их потребителя. Поэто-

му для социального менеджмента представляется обоснованным использование прогнозно-адаптивного подхода как методологического комплекса, обеспечивающего максимально эффективное управление социальной сферой.

Основные положения прогнозно-адаптивного подхода представлены в научной литературе для промышленных [3] и транспортных [4] предприятий, в сфере АПК [5], на региональном уровне [6]. В социальной сфере такой подход имеет значительный потенциал для реализации.

Содержанием прогнозно-адаптивного подхода является регулярная работа по формированию прогнозов, на основе которых выстраиваются основные управляющие воздействия на регулируемые процессы и явления. Большинство разработчиков прогнозно-адаптивного подхода в качестве основы прогнозирования рассматривают математические модели объектов управления. То есть предполагается использовать не столько прогнозирование, сколько имитационное моделирование, более точно описывающее параметры будущего состояния объектов управления. Отмечая эффективность прогнозно-адаптивного управления, гибкость и высокую скорость реакции на изменения [4, с. 38], сами авторы констатируют, что математическое моделирование социально-экономических процессов достаточно сложное [6, с. 3], не всегда может быть обеспечено информационной базой, что затрудняет практическое использование данного подхода. Поэтому вполне логичным является дополнение математических методов прогнозирования сценарным подходом, который представляет собой многовариантное описание ожидаемых состояний объекта управления [5, с. 192].

В социальной сфере есть все возможности для математического моделирования будущих состояний различных групп населения исходя из демографических показателей и статистики уровня жизни населения — такие прогнозы формируются, их методология совершенствуется [7, 8]. Достаточно высокая определенность наступления основных биологических и социальных этапов жизненного цикла человека позволяет сформировать достоверный сценарий будущего индивида. Таким образом, есть предпосылки для использования прогнозно-адаптивного подхода для информационно-аналитического обеспечения социального менеджмента, поскольку прогноз потребности в социальных сервисах будет достаточно точным, а прямые управленческие воздействия на процессы обслуживания позволяют адаптировать состав и структуру производимых социальных сервисов на запросы конкретного производителя.

Особенностью социального менеджмента является нацеленность на работу с каждым человеком, учет его личной жизненной ситуации. Поэтому прогнозирование потребности в социальных сервисах может основываться на большом числе индивидуально-сценарных прогнозов запросов каждого индивида.

Формирование таких прогнозов возможно в процессе прямого контакта с получателем социальных сервисов (в том числе и с помощью информационных сетей) на основе анализа его жизненных условий, оценки перспектив его жизнедеятельности, его ресурсной обеспеченности и возможностей роста. Безусловно, рассчитать точный количественный прогноз с конкретными датами жизненных событий каждого отдельного человека невозможно, но сформировать достоверный сценарий среднесрочных перспектив представляется достаточно обоснованным действием.

Рассмотренный состав субъектов социального менеджмента позволяет выделить в качестве основных акторов индивидуально-сценарного прогнозирования специалистов по социальной работе на уровне организаций, так как они обладают возможностью прямых контактов с получателями социальных сервисов, являющихся членами трудового коллектива. Данная работа должна поддерживаться и

на уровне поставщиков социальных сервисов, но они не обладают достаточным объемом информации для прогнозирования, прежде всего, сведениями, характеризующими этапы жизненного цикла отдельного получателя социальных сервисов.

Устойчивые события и этапы развития индивида, семьи, домохозяйства достаточно давно и полно исследованы в рамках социологии, педагогики, экономики, маркетинга и в других гуманитарных науках [9]. Эти исследования не прекращаются и нацелены на изучение трансформаций, который постоянно происходят с человеком, его семьей. В маркетинге на практике рыночной деятельности подтверждается точность того или иного понимания значения этапа жизненного цикла для формирования индивидуального или семейного спроса на товары и услуги. Наиболее распространенным описанием жизненного цикла семьи (домохозяйства) является формирование цепочки: «холостая жизнь — молодожены — полное гнездо (несколько стадий) — пустое гнездо (несколько стадий) — вдовствующее лицо» [10]. Это наиболее общая структура жизненного цикла, и для каждой товарной группы или комплекса услуг могут быть выделены иные этапы жизни, влияющие на их потребление. Выстраивание маркетинговой политики на основе жизненного цикла семьи апробировано в системах продвижения огромного числа продуктов и услуг, поэтому вполне обоснованным является выстраивание индивидуального прогноза потребления социальных сервисов с использованием данного подхода. Возраст, пол, ожидаемые семейные события, состояние здоровья, существующие условия жизни и работы, образ жизни и увлечения — все эти параметры позволяют оценить потребность в получении широкого спектра социальных сервисов. Например, образование семьи является событием, предполагающим использование целого комплекса социальных сервисов (церемониальных, правовых, рекреационных, информационных и пр.). В дальнейшем, с появлением детей, уходом из жизни близких родственников и других значимых неизбежных событий возникает потребность в ряде специализированных сервисов. Наличие и развитие данных сервисов важно не только для их потребителей, но и для общества, поскольку непосредственно связано с физическим и духовным состоянием как непосредственно получателей сервисов, так и их детей. Социальные сервисы, ориентированные на детей, имеют высокую общественную значимость и различные сферы реализации: здравоохранение, образование, культура, спорт, досуговая деятельность. Не всегда родители имеют возможность приобретения платных детских услуг, но это не должно влиять на доступность данных услуг для детей, для чего необходимо изыскивать дополнительные средства, что является одной из задач социального менеджмента организации (выше уже отмечался исторический опыт реализации этой функции профсоюзными организациями). Важно подчеркнуть, что получателями сервисов являются дети, но процессы предоставления соответствующих услуг важны для родителей, взаимодействие с которыми реализуется в рамках социального менеджмента организации.

Наряду с детьми можно выделить категории пожилых людей и инвалидов, которые также нуждаются в широком спектре социальных сервисов, получение которых важно как для них самих, так и для их родственников. Данные категории населения являются потребителями сервисов в сфере лечебно-оздоровительной и рекреационно-досуговой деятельности, получателем значительно числа коммунальных и социальных льгот. Социальный менеджмент организации должен учитывать потребности данных категорий населения как значимых факторов жизненных циклов сотрудников организаций для оценки их потребностей в социальных сервисах.

**Результаты**

Обоснованность проведения персональной прогностической работы подтверждается наличием практики оценки потребностей в социальных сервисах — на законодательном уровне установлен

индивидуальный порядок определения объема социальных услугах нуждающихся категорий граждан [11]. Установленный законодательством порядок важен не столько методологией формирования оценки потребности в социальных услугах, сколько тем, что данная методика сосредоточена на индивидуальной оценке потребности отдельного человека, на анализе конкретных условий его существования.

Разработка индивидуально-сценарного прогноза потребности в социальных сервисах расширяет данную применяемую практику социальной защиты для оценки необходимых объемов потребления более широкого спектра социальных благ.

Получатели социальных сервисов должны быть обеспечены широким спектром благ в здравоохранении, образовании, культуре, рекреации, спорте и иных областях, определяемых в зависимости от индивидуальных устремлений и условий жизнедеятельности.

Важно еще раз подчеркнуть, что речь не идет о нуждающейся категории получателей социальных услуг, находящихся в сложной жизненной ситуации. В качестве получателей сервисов выступают дееспособные индивиды, а процесс предоставления им соответствующих благ важен для реализации процессов физического и духовного развития и поэтому должен стимулироваться обществом. Социальный менеджмент способен реализовать эти функции, но для этого необходимо развитие самой системы менеджмента. Так, кроме использования прогнозно-адаптивного подхода для развития системы предоставления социальных сервисов необходим анализ ресурсов и возможностей организации по содействию своим сотрудникам в получении соответствующих благ. То есть для обеспечения доступа к широкому составу социальных сервисов на основе индивидуальных потребностей менеджеру необходимо оценить имеющиеся ресурсы и определить возможные способы взаимодействия с поставщиками сервисов.

Ресурсы по предоставлению социальных сервисов могут рассматриваться с точки зрения возможностей организации как внутренние и внешние.

Внутренние ресурсы — это финансовые, материальные, организационные, информационные и иные возможности самой организации. Масштабы ресурсов организаций различен и определяется, прежде всего, численностью персонала, хозяйственным оборотом и иными показателями, но они существуют в любых организациях и должны быть использованы для решения социальных вопросов.

Внешние ресурсы — это возможности поставщиков предоставить социальные сервисы на доступных условиях. Для социальных услуг характерно то, что не все они платные, а имеющиеся платные в большинстве случае доступны потребителям. Поэтому для получения ресурсов внешних поставщиков необходим не только поиск источников финансирования, но и координация межведомственных действий, информационная поддержка потребителей.

Формирование прогноза потребностей в социальных сервисах и анализ ресурсной базы их удовлетворения позволяют определить меры, которые могут быть реализованы в рамках социального менеджмента для предоставления благ потребителям.

Основу данных мер образуют механизмы взаимодействия с поставщиками социальных услуг — договоры, заявки на получение сервисов, помощь потребителям в формировании обращений в соответствующие органы и учреждения. Концентрируя потребности получателей сервисов, социальный менеджмент способен наиболее эффективно содействовать распределению производимых услуг. Это позволяет сформировать емкий и устойчивый спрос на социальные сервисы, привлечь предпринимателей в сферу социально значимых услуг и тем самым расширить возможности получателей благ удовлетворять свои потребности. Расширение возможностей индивида пользоваться общественными благами,

ориентированными на физическое и духовное совершенствование личности, напрямую связано с развитием общества, с социально-экономическим прогрессом и устойчивым воспроизводством — это глобальные значимые эффекты совершенствования социального менеджмента, которые становятся все более важными для современной цивилизации.

**Выводы**

Для решения задач обеспечения социальными услугами широких слоев населения необходимо совершенствование системы менеджмента на основе прогнозно-адаптивного подхода, предполагающего формирование комплекса индивидуально-сценарных прогнозов потребностей в социальных сервисах и подбор мер, позволяющих получить доступ к данным сервисам.

Основой индивидуально-сценарных прогнозов выступает анализ перспективных стадий жизненного цикла личности, элементы которого уже применяются в маркетинге. Точное прогнозирование потребности в социальных сервисах позволяет произвести оптимальный подбор средств обеспечения доступа к данным сервисам и способов взаимодействия с поставщиками социальных благ.

**Библиографический список**

1. Социальный менеджмент / под ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой. — Саратов, 2008.

2. Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации : Федеральный закон от 28.12.2013 № 442-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2013. — № 52. — Ст. 7007.

3. *Коренная, К. А., Логиновский, О. В., Максимов, А. А.* Информационно-ресурсное обеспечение управления промышленными предприятиями на основе прогнозно-адаптивного подхода // Информационные ресурсы России. — 2012. — № 2 (126). — С. 16–20.

4. *Корчагин, В. А., Турсунов, А. А., Ризаева, Ю. Н.* Системное представление структуры адаптивного управления предприятием транспорта // Вестник ТТУ. — 2011. — № 2 . — С. 34–36.

5. *Шихова, О. А., Бутенина, Я. М.* Государственная поддержка машиностроительной отрасли промышленности как фактор роста экономического потенциала сельхозмашиностроения в Вологодской области // Молочнохозяйственный вестник. — 2016. — № 4 (24). — С. 190–204.

6. *Скопина, И. В.* Формирование прогнозно-адаптивной системы управления региональной экономикой // Управление экономическими системами. — 2006. — № 1 (5). — С. 26–31.

7. *Сафронова, В. М.* Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе. — М., 2011.

8. *Сиволап, Н. Н.* Прогнозирование основных показателей социальной сферы региона // Региональная экономика: теория и практика. — 2007. — № 7 (46). — С. 121–123.

9. *Антонов, А. И., Медков, В. М.* Социология семьи. — М., 1996.

10. *Котлер, Ф.* Основы маркетинга. — М. : СПб., 2019.

11. Об утверждении рекомендаций по определению индивидуальной потребности в социальных услугах получателей социальных услуг : Приказ Минтруда России от 30.07.2014 № 500н.

**Bibliographic list**

1. Social management / ed. by P. Romanov, E. Yarskaya-Smirnova. — Saratov, 2008.

2. On basics of social services for citizens in Russian Federation : Federal Law № 442-FZ from 28.12.2013 // Collection of Legislation of Russian Federation. — 2013. — № 52. — Art. 7007.

3. *Korennaya, K. A., Loginovsky, O. V., Maksimov, A. A.* Information and resource support of management of industrial enterprises on basis of predictive and adaptive approach // Information resources of Russia. — 2012. — № 2 (126). — P. 16–20.

4. *Korchagin, V. A., Tursunov, A. A., Rizaeva, Yu. N.* System representation of structure of adaptive management of transport enterprise // Bulletin of TTU. — 2011. — № 2. — P. 34–36.

5. *Shikhova, O. A., Butenina, Ya. M.* State support of machine-building industry as factor in growth of economic potential of agricultural machinery in Vologda oblast // Dairy bulletin. — 2016. — № 4 (24). — P. 190–204.

6. *Skopina, I. V.* Formation of predictive adaptive management system of regional economy // Management of economic systems. — 2006. — № 1 (5). — P. 26–31.

7. *Safronova, V. M.* Forecasting, design and modeling in social work. — M., 2011.

8. *Sivolap, N. N.* Forecasting the main indicators of social sphere of region // Regional economy: theory and practice. — 2007. — № 7 (46). — P. 121–123.

9. *Antonov, A. I., Medkov, V. M.* Sociology of family. — M., 1996.

10. *Kotler, F.* Fundamentals of marketing. — M. : SPb., 2019.

11. On approval of recommendations for determining the individual need for social services of recipients of social services : Order of Ministry of Labor of Russian Federation from 30.07.2014 № 500n.

***DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.011***

***Н. В. Карпова***

## УРБОГЕОСИСТЕМНЫЙ КОНЦЕПТ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА: СОДЕРЖАНИЕ И МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ

**Аннотация**

В статье рассматривается специфика рассмотрения сущностного содержания современного городского поселения как урбогеосистемы, характеризуемой специфическим сочетанием природной, техногенной и социальной сред, взаимодействие которых происходит в рамках достаточно ограниченной по своей площади территории. При этом обосновывается, что именно взаимодействие населения города с окружающей средой формирует присущую урбогеосистеме специфическую природно-антропогенную среду. Отмечается особая важность формирования экологического каркаса городской территории как важнейшего элемента урбогеосистемы, который в значительной степени определяет направленность ее развития. На примере г. Ростова-на-Дону показаны направления структурного совершенствования экологического каркаса городской территории.

**Ключевые слова**

Город, городское развитие, системный подход, урбогеосистема, ландшафтный подход, экологический каркас, Ростов-на-Дону.

***N. V. Karpova***

## URBAN GEO-SYSTEMIC CONCEPT OF MODERN CITY DEVELOPMENT: CONTENT AND IMPLEMENTATION MECHANISMS

**Annotation**

Article discusses the specifics of considering the essential content of modern urban settlement as urban geosystem characterized by specific combination of natural, man-made and social environments, interaction of which occurs within fairly limited area of territory. At the same time, it is proved that it is interaction of city's population with environment that forms a specific natural and anthropogenic environment inherent in urban geosystem. Special importance of for-

mation of ecological framework of urban area as the most important element of urban geosystem, which largely determines the direction of its development, is noted. Directions of structural improvement of ecological framework of urban area are shown on example of Rostov-on-Don.

**Keywords**

City, urban development, system approach, urban geosystem, landscape approach, ecological framework, Rostov-on-Don.

**Введение**

Современный город имманентно представляет собой ареал, в рамках которого осуществляется достаточно тесное взаимодействие комплекса элементов природного и антропогенного характера, в своей совокупности формирующих среду обитания человека. При этом он является целостным организмом, от здорового функционирования которого зависит качество жизни населения. Именно поэтому исходными положениями анализа особенностей развития города как социо-эколого-экономической системы, расположенной в рамках достаточно ограниченной территории, является выработка четкого представления о сущности, структуре, свойствах данной системы, а также о ключевых системообразующих факторах, что может быть получено на основе задействования геосистемного подхода к анализу исследуемого явления. Это позволяет рассматривать любое городское образование в качестве совокупности компонентов, которые, имея различную природу, в то же время взаимосвязаны и взаимообусловлены в своем развитии и пространственном размещении.

**Материалы и методы**

Исследования проблематики городского развития привлекают внимание представителей различных направлений экономической мысли на протяжении уже полутора столетий. Истоки этого анализа восходят к середине XIX века, когда процессы ускоряющегося городского развития заставили исследователей обратить на них свое пристальное внимание. В частности, в это время появились первые научные определения дефиниции «город». Так, М. Вебер называет городом поселение, состоящее из тесно прилегающих друг к другу домов, обширное настолько, что взаимное личное знакомство людей заменяется на отношения соседства [1].

Ф. Теннис рассматривал город как социально-пространственное поселение людей, характерными чертами которого является распространение коммерческих интересов, слабость родственных, соседских связей и роли традиции, наличие профессиональной специализации у его жителей [2].

Другой теоретический подход к определению дефиниции «город» представлен в традиции Чикагской школы. Социально-экологический подход, разработанный в рамках этой школы, проводил аналогию социальных процессов, протекающих в городе, с социально-биологическими процессами, имеющими место в природной среде [3]. Э. Берджесс дополнил этот подход описанием присущих городскому пространству процессов экспансии, организации, дезорганизации, дифференциации [4].

М. Доган констатирует, что такая область научного синтеза, как городские исследования, благодаря междисциплинарному обмену концептами, методами, теориями, практиками, инструментарием сейчас является самостоятельной специальностью. Она включает субполя, которые охватывают специализации социологии, географии, антропологии. При этом социологи (Р. Парк, Э. Берджес, Л. Вирт, Е. Хоули) и географы (Е. Ульман, А. Кросби) оказались особенно успешными в субполе «человеческой экологии», историки (П. Берк, Ч. Тилли) — в выстраивании своих теоретических постулатов на основе использования социологических концептов [5].

Исследователи различных аспектов городского развития, следующие в рам-

ках постулатов как вышеперечисленных, так и целого ряда других научных подходов, практически единодушны в констатации необходимости рассмотрения города как сложной системы, развивающейся в соответствии с определенными закономерностями.

Исследование осуществлено с использованием теоретического анализа научной литературы, описательного метода, системного, структурно-функционального и сравнительного анализа.

**Результаты**

Город представляет собой стохастически детерминированную систему, находящуюся в постоянном развитии, ориентиры, направленность и параметры которой определяются совокупностью внутренних и внешних факторов. Одним из первых подход к рассмотрению сущности города как динамической системы предложил Дж. Форрестер. По мнению указанного исследователя, динамичный каркас структуры города составляют следующие подсистемы: деловая (предпринимательская) среда; жилой фонд; население. При этом изменения в пропорциях этих подсистем являются главными регуляторами процессов роста или стагнации города [6].

Как система, способная к самоорганизации, город интегрирует накопленный опыт и выстраивает инновационные модели на основе обеспечения баланса с окружающей средой и поддержания соответствующих горизонтальных связей. В данном контексте Т. Алексеева определяет город как способную к саморазвитию саморегулируемую, термодинамически открытую систему, включающую комплекс подсистем. В ее видении город — это одновременно и экосистема, и биоценоз, и сложный социокультурный организм [7]. При этом между элементами данной системы существуют сущностные связи, по своей силе превосходящие связи между элементами, входящими и не входящими в систему. Эти связи как раз и определяют системную природу городского образования, как выделенного из окружающей среды целого объекта, границы которого могут быть достаточно четко определены.

Современный город, занимая ограниченную территорию, характеризуется высокой плотностью человеческой популяции, производственной инфраструктуры, сочетанием специфических природных, техногенных и социальных сред, взаимодействующих в рамках определенного пространства, что позволяет определить его в качестве социо-эколого-экономической геосистемы конкретного территориального уровня — урбогеосистемы.

В отличие от природных геосистем, в состав урбогеосистем входит социальный элемент, то есть жители города, которые обладают способностью к осознанному взаимодействию как между собой, так и с окружающей средой. При этом именно взаимодействие населения города с окружающей средой формирует присущую урбогеосистеме специфическую природно-антропогенную среду [8, 9, 10]. В этом контексте пространственные фрагменты городской геосистем рассматриваются в качестве природно-географических условий жизнедеятельности горожан. При этом географическое пространство, которое попадает в сферу интереса людей, в общем понимании можно назвать урбосферой при условии, что оно осваивается или уже освоено с градостроительной точки зрения. Это пространство охватывает места работы, отдыха, коммуникации, буферные зоны, источники ресурсов — все, что активно используется социумом.

Одним из основоположников подхода, позволяющего рассматривать города в качестве геосистем, стал Р. Формэн, который в своей книге «Мозаика Земли» предложил терминологию, инструментарий и методический аппарат для описания и анализа городских экосистем и установил, как ландшафтная структура влияет на развитие территории и проживающих в ее рамках людей [11].

Крайне важным представляется выделение тех ключевых свойств, которые присущи урбогеосистемам. В данном

контексте отметим, что В. М. Петлин свойства геосистем разделяет на три основные группы: наиболее общие, относительно специфические и эмерджентные. К первым из них относятся целостность, уникальность и иерархичность, тогда как ко вторым — устойчивость, саморегулирование, структурность и функциональность. В свою очередь, эмерджентные свойства реализуются геосистемами как целостными образованиями [12].

Эмерджентные свойства являются превалирующими при рассмотрении сущностных особенностей урбогеосистемы, поскольку именно признаки, которые характерны для системы в целом, а не для ее отдельных частей, определяют ее границы и особенности функционирования. Чем больше характеристики системы отличаются от характеристик элементов, из которых она образована, тем более организованной является система.

**Обсуждение**

Все большую значимость в контексте обеспечения устойчивого развития урбогеосистем в современных условиях обретают ландшафтно-экологические факторы. Важнейшее значение в данном контексте обретает формирование и развитие городских ландшафтов как оптимизационная задача, связанная с определением направлений их наиболее целесообразного с экономической и социальной точек зрения использования, с одной стороны, и разработкой комплекса экологических ограничений, которые регулируют данное использование, с другой. Решение данной задачи во многом связано с реализацией мероприятий по восстановлению ландшафтов, нарушенных вследствие антропогенной деятельности.

Практическое применение ландшафтного подхода является одним из экоориентированных направлений формирования городской среды. При этом в рамках реализации данного подхода понятие «ландшафт» приобретает расширенное толкование, подразумевая форму взаимодействия между жизнедеятельностью людей и окружающей средой. Так, Дж. Корнер указывает на то, что понятие «городской ландшафт» теперь не просто объединяет совокупность аспектов городского развития, связанных с формированием рельефа и территориальным планированием, но и предполагает организацию территорий, экосистем, инфраструктуры в рамках городского пространства, что позволяет сформировать альтернативу жестким механизмам территориального планирования [13].

Анализ развития городских образований как урбогеосистем не только обеспечивает системное представление о тенденциях трансформации природных ландшафтов в рамках городской территории в результате развития процессов антропогенной деятельности, но и позволяет обозначить наиболее адекватные сложившейся ситуации подходы конструированию городского пространства, обеспечивающего, с одной стороны, высокие параметры качества жизни горожан, а с другой, — сохранение элементов природной среды [14]. Особое значение в ряду этих подходов имеет формирование экологического каркаса городской территории как важнейшего элемента урбогеосистемы, который в значительной степени определяет направленность градостроительного развития и устанавливает систему ограничений для использования конкретных участков городской территории в хозяйственных целях.

Содержательная сторона данного процесса заключается в разработке системы взаимосвязанных мероприятий, которые ориентированы на обеспечение текущего состояния, а по возможности — и на улучшение качественных параметров естественных и трансформированных городских ландшафтов. Основу для его успешной реализации закладывает использование комплекса экономико-правовых и технологических решений в рамках процесса управления развитием городской эколого-экономической системы. В данном контексте представляется целесообразным введение экологического каркаса в число элементов системы функционального зонирования территории городского поселения. Это предполагает юридиче-

ское закрепление комплекса требований и ограничений, касающихся землепользователей, осуществляющих свою деятельность в рамках определенных зон, а также санкций, налагаемых за их нарушение.

При формировании экологического каркаса крайне важно учитывать, что городская территория являет собой ландшафтный комплекс, формируемый природными, техногенными и социальными компонентами. По мнению Э. Андерсона, городские ландшафты можно определить в качестве специфических социально-экологических систем, в рамках которых природные, хозяйственные и социальные процессы являются формой развития этих систем [15]. В частности, территорию Ростова-на-Дону можно определить в качестве совокупности следующих элементов городского ландшафта:

– необратимо измененные ландшафты — 33 % площади города;

– существенно измененные ландшафты — 24 % площади города;

– слабо измененные ландшафты — 22 % площади города;

– природные ландшафты — 21 % площади города.

Экологический каркас Ростова-на-Дону формируют пойма реки Дон, ее притоки Темерник и Кизитеринка, более мелкие водные артерии, а также парки и леса. Для него характерна приречная форма, характеризуемая формированием ядра каркаса крупномассивными элементами, которые находятся в поймах крупных рек.

Ключевые показатели, характеризующие состояние данного каркаса, представлены в таблице 1.

Таблица 1 — **Основные параметры экологического каркаса Ростова-на-Дону** [16, 17]

| Показатель | Значение |
|---|---|
| Доля площади, занятой древесной растительностью, % | 29,0 |
| Доля площади, занятой сельскохозяйственными землями, % | 7,5 |
| Доля площади, занятой ООПТ, % | 9,5 |
| Обеспеченность зелеными насаждениями, кв. м/чел. | 90,3 |

Особую значимость в системе формирования экологического каркаса города обретает освоение пойменной территории левого берега реки Дон, выступающей в роли ключевого элемента данного каркаса. Пойменные территории левобережья отличаются благополучным состоянием ландшафтов и высоким экологическим потенциалом.

Можно указать на следующие изменения на пойменных землях, вызываемых увеличением антропогенной нагрузки: снижение продуктивности фитоценозов; замещение естественных фитоценозов искусственными; изменение динамики растительности.

Указанные обстоятельства позволяют констатировать, что с точки зрения сохранения геосистемного потенциала левобережной территории наиболее предпочтительным является ее рекреационное развитие.

Реализация мероприятий по совершенствованию экологического каркаса должна быть ориентирована на сохранение и улучшение естественных и антропогенно измененных городских ландшафтов. В данном контексте, применительно к специфике пространственно-территориального развития Ростова-на-Дону, важнейшее значение обретает деятельность по созданию линейного экологического парка вдоль р. Темерник, активно реализуемая в последние годы. Именно реализация данного проекта позволит выйти на качественно иной уровень взаимоотношений городского сообщества и окружающей среды в рамках обеспечения устойчивого развития урбогеосистемы.

Комплекс основных направлений реализации проекта по созданию линейного экологического парка на берегу р. Темерник представлен на рисунке 1.

Реализация отмеченных мероприятий позволяет обеспечить встраивание нового важнейшего элемента в структуру экологического каркаса Ростова-на-Дону, существенно улучшая качественные параметры урбогеосистемы.

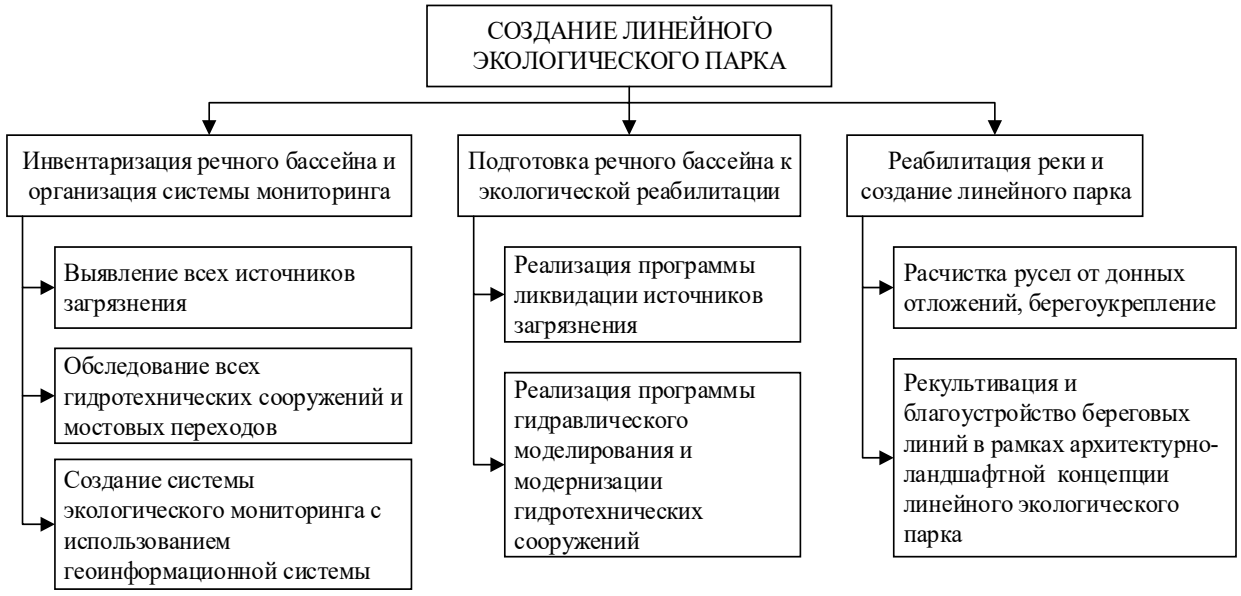


Рисунок 1 — **Основные направления реализации проекта по созданию линейного экологического парка в г. Ростове-на-Дону**

**Выводы**

Современный город, занимая ограниченную территорию, характеризуется высокой плотностью человеческой популяции, производственной инфраструктуры, сочетанием специфических природных, техногенных и социальных сред, взаимодействующих в рамках определенного пространства, что позволяет определить его в качестве социо-эколого-экономической геосистемы конкретного территориального уровня — урбогеосистемы.

Все большую значимость в контексте обеспечения устойчивого развития урбогеосистем в современных условиях обретают ландшафтно-экологические факторы. Одним из важнейших инструментов городского развития, ориентированных на учет этих факторов, является формирование экологического каркаса городской территории как важнейшего элемента урбогеосистемы, который в значительной степени определяет направленность градостроительного развития и устанавливает систему ограничений для использования конкретных участков городской территории в хозяйственных целях.

Структурное совершенствование экологического каркаса городской территории как элемента урбогеосистемы опосредовано необходимостью учета целого комплекса факторов, связанных с обеспечением снижения антропогенной нагрузки на городскую среду, задействованием имеющегося природно-рекреационного потенциала, значительной ограниченностью земельных ресурсов.

**Библиографический список**

1. *Вебер, М.* История хозяйства. Город. — М., 2001.

2. *Теннис, Ф.* Общность и общество. Основные понятия чистой социологии. — СПб., 2002.

3. *Парк, Р.* Город как социальная лаборатория // Социологическое обозрение. — 2002. — № 3.

4. *Берджесс, Э.* Рост города: введение в исследовательский проект // Личность. Культура. Общество. — 2002. — Вып. 1–2.

5. *Доган, М.* Социология сферы социальных наук // Социс. — 2010. — № 10.

6. *Форрестер, Дж.* Динамика развития города. — М., 1974.

7. *Алексеева, Т. И.* Город как саморазвивающаяся система: Контуры новой парадигмы // Город как социокультурное явление исторического процесса. — М., 1995.

8. *Калманова, К. Б.* Город как геоурбосистема // Региональные проблемы. — 2009. — № 12.

9. *Bondarenko, V. A., Guzenko, A. V., Guzenko, N. V., Efremenko, I. N.* Green economy: theory, foreign experience, modern problems and prospects of Russia // European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. — 2020. — № 90. — P. 174.

10. *Гузенко, А. В., Корнева, С. Р.* Интеллектуальные транспортные системы как база формирования экологоориентированной логистической среды // Инновационные достижения зеленой логистики: международный опыт и российская практика : материалы междунар. науч.-практ. конф. XIII Южно-Российский логистический форум. — Ростов-на-Дону, 2017. — С. 95–101.

11. *Forman, R.* Land mosaics: ecology of landscapes & regions. — Cambridge, 1995.

12. *Петлин, В. М.* Синергетика ландшафта. — Львов, 2005.

13. *Corner, J.* Terra Fluxus // Landscape Urbanism Reader. — New York, 2006.

14. *Кочуров, Б. И., Ивашкина, И. В.* Эволюция Москвы как урбогеосистемы и особенности современной пространственной ситуации // Экология: синтез естественно-научного, технического и гуманитарного знания : материалы III Всерос. науч.-практ. форума и I Школы интерэкоправа. — Уфа, 2012.

15. *Andersson, E.* Urban landscapes and sustainable cities // Ecology and Society. — 2006. — № 11.

16. *Климанова, О., Колбовский, Е., Илларионова, О.* Экологический каркас крупнейших городов Российской Федерации: современная структура, территориальное планирование и проблемы развития // Вестник Санкт-Петербургского университета. Науки о Земле. — 2018. — Вып. 2.

17. *Карпова, Н. В.* Город как урбоэкосистема: сущностное содержание и подходы к управлению // Экономика и экология территориальных образований. — 2018. — Т. 2. — № 3. — С. 73–78.

**Bibliographic list**

1. *Weber, M.* History of economy. City. — M., 2001.

2. *Tennis, F.* Community and community. Basic concepts of pure sociology. — SPb., 2002.

3. *Park, R.* City as social laboratory // Sociological Review. — 2002. — № 3.

4. *Burgess, E.* Growth of city: introduction to research project // Personality. Culture. Society. — 2002. — Issue 1–2.

5. *Dogan, M.* Sociology of sphere of social sciences // Socis. — 2010. — № 10.

6. *Forrester, J.* Dynamics of development of city. — M., 1974.

7. *Alekseeva, T. I.* City as self-developing system: Contours of new paradigm // City as socio-cultural phenomenon of historical process. — M., 1995.

8. *Kalmanova, K. B.* City as geo-urban system // Regional problems. — 2009. — № 12.

9. *Bondarenko, V. A., Guzenko, A. V., Guzenko, N. V., Efremenko, I. N.* Green economy: theory, foreign experience, modern problems and prospects of Russia // European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. — 2020. — № 90. — P. 174.

10. *Guzenko, A. V., Korneva, S. R.* Intelligent transport systems as basis for formation of environmentally oriented logistics environment // Innovative achievements of green logistics: international experience and Russian practice : materials of International scient.-pract. conf. XIII South-Russian Logistics Forum. — Rostov-on-Don, 2017. — P. 95–101.

11. *Forman, R.* Land mosaics: ecology of landscapes & regions. — Cambridge, 1995.

12. *Petlin, V. M.* Synergetics of landscape. — Lviv, 2005.

13. *Corner, J.* Terra Fluxus // Landscape Urbanism Reader. — New York, 2006.

14. *Kochurov, B. I., Ivashkina, I. V.* Evolution of Moscow as urban geosystem

and features of modern spatial situation // Ecology: synthesis of economic-scientific, technical and humanitarian knowledge : materials of III All-Russian scient.-pract. forum and I School of Interecolaw. — Ufa, 2012.

15. *Andersson, E.* Urban landscapes and sustainable cities // Ecology and Society. — 2006. — № 11.

16. *Klimanova, O., Kolbovsky, E., Illarionova, O.* Ecological framework of largest cities of Russian Federation: modern structure, territorial planning and development problems // Bulletin of SPbU. Earth sciences. — 2018. — Issue 2.

17. *Karpova, N. V.* City as urban ecosystem: essential content and management approaches // Economics and ecology of territorial entities. — 2018. — Vol. 2. — № 3. — P. 73–78.

***DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.012***

***Н. В. Кулаков***

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОЗНАНИЯ КАТЕГОРИИ «ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ» ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация**

В статье рассматривается генезис понятия «оборотный капитал», концептуальные основы его понимания. Установлена особенность, присущая оборотному капиталу, проявляющаяся в процессе операционной деятельности хозяйствующих субъектов и заключающаяся в том, что он непосредственно участвует и обеспечивает создание и получение прибыли, которая, в свою очередь, является источником пополнения последнего. Установлено, что синхронная интеграция совокупности элементов операционной деятельности субъекта предпринимательства — необходимое и достаточное условие непрерывного движения оборотного капитала.

**Ключевые слова**

Оборотные средства, оборотный капитал, фонды, оборотные активы, управление оборотным капиталом.

***N. V. Kulakov***

## CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF COGNITION CATEGORY «WORKING CAPITAL» OF ENTERPRISE

**Annotation**

Article deals with genesis of concept of «working capital», conceptual foundations of its understanding. Peculiarity inherent in circulating capital, which is manifested in process of operating activities of business entities, has been established, and consists in fact that it directly participates and ensures creation and receipt of profit, which, in turn, is source of replenishment of latter. It has been established that synchronous integration of totality of elements of operating activity of business entity is necessary and sufficient condition for continuous movement of turnover capital.

**Keywords**

Working capital, working capital, funds, current assets, working capital management.

**Введение**

Теория оборотного капитала предприятий постоянно трансформируется и развивается в научных трудах. Учитывая значительное количество работ, представляющих различные научные школы, в последнее время все более актуализируются вопросы, посвященные новой парадигме экономической сущности оборотного капитала. Характерно, что указанные тенденции выходят за рамки традиционных взглядов классического научного понимания об участии оборотного капитала в экономических процессах. Новый тренд характеризуется формированием системного подхода, оборотный капитал анализируется как целостное экономическое понятие, раскрываются его свойства и принципы, детерминируются базовые характеристики, имеющие определяющее значение в процессе формирования и использования оборотного капитала предприятия.

**Материалы и методы**

Острота проблематики при формировании и использовании оборотного капитала отечественными предприятиями в современных условиях, недостаточное ее исследование и освещение в экономической литературе, теоретическое и практическое значение для развития всех видов деятельности предприятий обусловили выбор темы и направления исследования.

Процесс эволюции экономических знаний нуждается в постоянном уточнении сущностных признаков капитала и его видов, которые принимают непосредственное участие в финансово-хозяйственной деятельности предприятий. Поэтому научные взгляды современных ученых обращены как на дальнейшее познание сущности понятия «капитал», так и на его типологию. Впрочем, как в теоретическом, так и в практическом аспектах они остаются дискуссионными. Это объясняется сложной и многогранной природой капитала.

**Результаты и обсуждение**

В настоящее время главным признаком экономической среды функционирования предпринимательских структур является конкуренция товаропроизводителей при полной самостоятельности и ответственности за результаты финансово-хозяйственной деятельности экономической системы.

Бесспорно, капитал — одно из фундаментальных понятий экономической науки. Его содержательное наполнение является определенным отражением исторического процесса эволюции развития общества.

Сущность капитала рассматривалась в двух аспектах: капиталом могли служить имущество, владение имуществом, а также капитал способен обеспечивать деятельность, сам принимать участие в производстве с целью получения прибыли. В термин «капитал» закладывали дуалистическую экономическую основу — он может иметь материальную и стоимостную формы выражения.

Классическая трактовка понятия капитал [4] берет за основу сущностные признаки категорий финансов и денег и в определенной степени сохраняет классическое понимание капитала — как движения стоимости, приносящей доход.

В экономической литературе распространен подход, согласно которому происходит отождествление оборотного капитала и оборотных средств, авансированных в оборотные производственные фонды и фонды обращения [6].

М. Н. Крейнина отмечает, что «...совокупность оборотных фондов и фондов обращения образует оборотные средства (оборотный капитал) и обеспечивает текущие нужды предприятия, связанные с процессом воспроизводства. При этом оборотные средства в денежной форме последовательно приобретают разные функциональные формы — материальную, производственную и товарную» [3]. Указанная интерпретация, по нашему мнению, автоматически уравнивает оборотный капитал и оборотные средства, не предлагая научного базиса.

Рассматривая вопросы формирования фондов, В. Ковалев справедливо от-

мечает, что «...к пониманию любого фонда как источника средств для приобретения активов не следует относиться буквально — активы чаще всего можно приобрести в том случае, когда у предприятия появляются в достаточном объеме свободные денежные ресурсы, а не потому, что создан какой-либо фонд» [2].

Именно в связи с вышеуказанным ряд предприятий не торопятся с формированием различных фондов, интегрируя их в нераспределенную прибыль. При этом как в России, так и в зарубежных государствах такая практика достаточно распространена.

Расчетно-аналитический подход предполагает соединение физических и финансовых элементов оборотного капитала. При этом происходит отождествление оборотного капитала и оборотных средств, полагая, что: «...особенности оборотных средств состоят в их двойственной природе. С одной стороны, они выступают в виде активов, авансированных в материальные ценности — запасы сферы производства и сферы обращения (производственные запасы; материальные ценности в производстве; готовая продукция; незавершенное производство; средства в кассе, на расчетном счете и других счетах в банках). С другой стороны, оборотные средства выступают в виде пассивов, т. е. отражают источники, за счет которых они образованы (собственные и привлеченные)» [1].

По нашему мнению, оборотные средства — это материализованная форма оборотного капитала предприятия, которая непосредственно принимает участие в операционной деятельности предприятий, изменяет физическую форму и свою стоимость переносит на новообразованный продукт. Она по функциональной роли не способна «вкладываться в текущие активы», поскольку оборотные активы являются совокупностью материализованных форм оборотного капитала, которые принимают участие во всех видах обычной деятельности. Поэтому недостаточно обосновано приравнивать оборотные активы к стоимости, «...авансированной кругооборот производственных оборотных фондов и фондов обращения для обеспечения непрерывности процесса производства и обращения» [5].

Для оборотного капитала характерны следующие признаки:

– непрерывность кругооборота, поскольку его потребность связана с процессом производства и созданием потребительской стоимости;

– целевой характер, т. е. оборотный капитал обеспечивает формирование краткосрочных активов предприятия;

– оборотный капитал, вложенный в процесс производства, может восстановиться в процессе одного оборота;

– величина оборотного капитала обеспечивает беспрерывную обычную деятельность и влияет на финансовую стабильность предприятия;

– характерным признаком оборотного капитала являются его трансформационные формы в процессе движения. Оборотный капитал свидетельствует об имеющихся финансовых возможностях развития предприятия.

Стоимостная форма оборотного капитала отражает вложенные в его объем оборотные активы, а его материально-вещественная форма отражает участие последнего в операционной деятельности субъектов предпринимательства. Поэтому между материально-вещественной и стоимостной формами оборотного капитала есть тесная органическая связь, которая обеспечивает их сбалансированность.

Процессы участия оборотного капитала в обычной деятельности и его возвращение в составе дохода от реализации продукции должны быть неразрывными и взаимообусловленными, т. к. первый аспект характеризуется движением потребительской стоимости, а второй отражает движение стоимости непосредственно оборотного капитала.

В процессе кругооборота стоимость оборотного капитала отделяется от его потребительской стоимости. Если ис-

пользование оборотного капитала является продуктивным, то создается новая стоимость. Если оборотный капитал изымают из операционного цикла в «неработающие» материальные активы, его стоимость теряется для предприятия и общества, и ослабляется его роль в обычной деятельности предприятия.

Непрерывность процесса производства и реализации товаров обеспечивается, прежде всего, непрерывностью авансирования стоимости, которая основана на распределительной функции финансов и сущности оборотного капитала как финансового ресурса. Следовательно, посредством финансово-кредитного механизма формирования оборотного капитала определяется непрерывность оборота непосредственно оборотного капитала. Благодаря контрольной функции финансов величина оборотных активов устанавливается согласно объему источника их формирования, т. е. денежной формы оборотного капитала.

Таким образом, в одном обороте происходит трансформация всех форм оборотного капитала. Раскрытие теоретических аспектов понятия оборотного капитала углубляет исследованием его кругооборота в сфере обычной деятельности предприятий.

В настоящее время величина дебиторской задолженности большинства российских предприятий превышает кредиторскую, что вынуждает субъекты хозяйствования искать дополнительные источники финансирования своей деятельности. Чаще всего используется собственный капитал и приравненные к нему средства. Если же предприятие имеет недостаточную величину прибыли или уставного капитала, оно будет вынуждено сократить объем производственно-хозяйственной деятельности до погашения части дебиторской задолженности.

Настораживает и факт значительной доли просроченной задолженности, что должно послужить основанием для разработки различных мер регулирования платежного оборота субъектов хозяйствования на различных уровнях управления.

Наибольшая дебиторская и кредиторская задолженность связана с операционным процессом (более 50 % и 60 % соответственно), а именно получением выручки от реализации и оплатой приобретаемых товарно-материальных ценностей.

Таким образом, одновременно с поиском эффективных методов регулирования (с целью минимизации) дебиторской и кредиторской задолженности предприятия возникают такие задачи в рамках управления оборотными средствами, как обоснование эффективных методов и моделей нормирования товарно-материальных ценностей, планирование цены продукции, нормы прибыли и объема выпуска продукции, поиск эффективных форм сотрудничества с поставщиками, разнообразие каналов взаимоотношений с потребителями, путем стимулирования своевременного погашения приобретенной продукции и т. д.

Говоря о структуре оборотных средств, положительно следует трактовать относительно стабильную долю товарно-материальных ценностей (около 22 %). Это позволяет судить о потенциальных возможностях субъектов хозяйствования к выполнению производственной программы и программы реализации продукции. Сопоставляя удельный вес товарно-материальных ценностей и дебиторской задолженности, можно еще раз констатировать необходимость поиска эффективных методов взаимодействия производителя и потребителя продукции. При этом должное внимание необходимо уделять выпуску новой конкурентоспособной по цене и качеству продукции, стимулирования сбыта и т. д.

Одними из наиболее значимых составляющих оборотных средств предприятия выступают высоколиквидные активы, к которым относятся текущие финансовые инвестиции и денежные средства, именно они определяют ликвидность и платежеспособность предприятия.

Тем не менее на практике большинство предприятий испытывают потребность в ликвидных активах, что часто приводит к их банкротству.

Учитывая интенсивное развитие производственных процессов, а также особенности функционирования российской экономики в условиях жестких санкционных ограничений, целесообразно выделить следующие приоритетные направления по управлению оборотными средствами предприятий:

1) применение актуальных концепций финансового менеджмента, которые позволят оптимизировать структуры источников финансирования, обеспечив при этом высокий уровень ликвидности и платежеспособности предприятия, финансовую устойчивость и независимость, а также высокую оборачиваемость. При этом необходимо опираться на положения теории тотального управления деньгами, непрерывного развития предприятия и т. д.;

2) создание паритетного договорного поля с контрагентами, при условии выполнения договорных обязательств, эффективного управления дебиторской и кредиторской задолженностью, транспортными расходами и т. п.;

3) вектор на высокую конкурентоспособность продукции, отвечающей строгим стандартам качества, имеющей обоснованную цену, позволяющей эффективно расходовать энерго-, материальные и трудовые ресурсы и обладающей другими преимуществами;

4) с целью снижения затрат производственно-сбытовых логистических систем и создания предпосылок гибкого управления портфелем заказов инвестировать средства в обновление производственно-технологической и вспомогательной производственной базы;

5) применение на практике новых способов и методов по управлению закупочно-сбытовой деятельностью предприятия, на базе маркетинговой логистики, управления запасами и цепочками поставок. Особое значение данное условие приобретает для предприятий металлургического комплекса, использующих в огромных количествах невосполнимые ресурсы полезных ископаемых, что может привести к их истощению, а, следовательно, прекращению самого металлургического производства;

6) поиск альтернативных сырьевых ниш для отдельных отраслей промышленности с целью повышения эффективности управления материальными оборотными средствами;

7) модернизация государственного регулирования деятельности бизнес-структур, а именно: налоговая политика, своевременность погашения дебиторской задолженности государства перед предприятиями, а также регулирование внешнеэкономической деятельности путем расширения работ по маркетингу и изучению новых рынков закупки сырья и сбыта продукции, переориентация логистических потоков, развитие производства высоколиквидных видов продукции, соответствующих высоким стандартам качества.

**Выводы**

Непрерывность процесса производства и реализации товаров обеспечивается, прежде всего, непрерывностью авансирования стоимости, которая основана на распределительной функции финансов и сущности оборотного капитала как финансового ресурса. Поэтому непрерывность оборота самого оборотного капитала обеспечивается через финансово-кредитный механизм его формирования. Благодаря контрольной функции финансов величина оборотных активов устанавливается согласно объему источника их формирования, т. е. денежной формы оборотного капитала.

Таким образом, в одном обороте происходит трансформация всех форм оборотного капитала. Раскрытие теоретических аспектов понятия оборотного капитала углубляется исследованием его кругооборота в сфере обычной деятельности предприятий.

**Библиографический список**

1. *Ermilina, D. A.* Current assets of Russian economy // Financial Analytics: Science and Experience. — 2017. — Vol. 10. — Issue 7. — P. 755–766.
2. *Ковалев, В. В.* Финансовый менеджмент. Теория и практика. — М., 2022.
3. *Крейнина, М. Н.* Финансовый менеджмент : учеб. пособие. — М., 2001.
4. *Милль, Дж. С.* Основы политической экономии. — М., 1981. — Т. 1.
5. Финансовый менеджмент : учеб. пособие / под ред. Ю. А. Долгих. — Екатеринбург, 2021.
6. Финансы предприятий : учеб. пособие / Т. П. Николаева, Д. И. Степанова. — 2-е изд., перераб. — М., 2021.

**Bibliographic list**

1. *Ermilina, D. A.* Current assets of Russian economy // Financial Analytics: Science and Experience. — 2017. — Vol. 10. — Issue 7. — P. 755–766.
2. *Kovalev, V. V.* Financial management. Theory and practice. — M., 2022.
3. *Kreinina, M. N.* Financial management : textbook. — M., 2001.
4. *Mill, J. S.* Fundamentals of Political Economy. — M., 1981. — Vol. 1.
5. Financial management : textbook / ed. by Yu. A. Dolgikh. — Yekaterinburg, 2021.
6. Finance of enterprises : textbook / T. P. Nikolaeva, D. I. Stepanova. — 2nd ed. — M., 2021.

***DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.013***

***О. Н. Миргородская***

# СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНОГО РЫНКА КОЛИВИНГОВ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

**Аннотация**

Основной целью статьи является изучение текущего состояния мирового рынка коливингов и тенденций его развития в рамках парадигмы экономики совместного потребления. В процессе исследования представлено отличие концепции коливинга от других моделей совместного проживания, подробно описана целевая аудитория коливингов, приведена их классификация и типология, а также изучены базовые количественные показатели рынка коливингов. Определены преимущества современных форматов коливингов, которые быстро становятся ключевым компонентом более широкого набора жилищных решений, предназначенных для удовлетворения меняющихся потребностей городского населения. Детерминированы социально-экономические факторы, влияющие на развитие сегмента коливингов на глобальном рынке недвижимости, и обозначены инвестиционные аргументы в пользу развития современных объектов совместного проживания. Автором сделан акцент на том, что по мере того как влияние урбанизации и современной городской жизни становится все более заметным, актуальность формата коливингов в городе 21 века будет набирать обороты. Отдельное внимание в статье уделено российскому сектору коливингов, в результате делается вывод о перспективности развития данного сегмента арендного жилья в России с точки зрения будущего недвижимости и инвестиций.

**Ключевые слова**

Рынок коливингов, рынок недвижимости, совместное проживание, экономика совместного потребления, городские коливинги, загородные коливинги, миллениалы, диджитал-номады.

*O. N. Mirgorodskaya*

# STATE AND PROSPECTS OF GLOBAL MARKET OF COLIVINGS IN CONDITIONS OF ECONOMY OF JOINT CONSUMPTION

**Annotation**

The main purpose of article is to study the current state of global market of colivings and trends in its development within framework of paradigm of economy of shared consumption. In course of research, difference between the concept of coliving from other models of cohabitation is presented, target audience of coliving is described in detail, their classification and typology are given. Advantages of modern colivings formats are identified, which are rapidly becoming key component of broader set of housing solutions designed to meet the changing needs of urban population. Socio-economic factors influencing the development of colivings segment in global real estate market are determined, and investment arguments in favor of development of modern cohabitation facilities are outlined. Author emphasizes that as influence of urbanization and modern urban life becomes more and more noticeable, relevance of format of colivings in city of 21st century will gain momentum. Special attention in article is paid to Russian sector of colivings, as a result, conclusion is made about the prospects for development of this segment of rental housing in Russia from the point of view of future of real estate and investment.

**Keywords**

Colivings market, real estate market, cohabitation, economy of shared consumption, urban colivings, suburban colivings, millennials, digital nomads.

**Введение**

В последние годы в условиях активно развивающейся экономики совместного потребления на глобальном рынке наблюдается рост популярности коливингов — относительно нового формата жилой недвижимости, предлагающего современные и гибкие решения, соответствующие потребительским привычкам и образу жизни молодого поколения. Это новая интерпретация старой идеи, придуманной поколением, которая придает ценность открытости, сотрудничеству, социальным сетям и экономике совместного использования.

«Мощным толчком к развитию экономики совместного потребления стали социально-экономические кризисы, стремление населения экономить на потреблении, цифровизация социально-экономических процессов, дешевизна и рост доступности высокоскоростного интернета» [1, 9].

«Еще в 2011 г. журнал Time включил экономику совместного потребления в число идей, которые повлияют на мир» [3]. Эта концепция фокусируется не на праве собственности, а скорее на совместном использовании активов и ресурсов. Экономика совместного использования предлагает ряд преимуществ: более низкие цены, более сильные сообщества, большее число игроков на рынке и более широкий доступ к услугам, которые когда-то считались роскошью. Это, в свою очередь, позволяет потребителям получать доступ к ресурсам без необходимости их покупки или владения ими.

Сегодня доходы от экономики совместного использования все еще невелики по сравнению с традиционными секторами аренды. Однако коллаборативная экономика быстро растет, и в 2025 г. прогнозируется, что доход от совместной экономики составит 335 млрд долларов, что равно доходу от традиционной экономики. «В 2019 г. оборот экономики совместного потребления только в России составлял 770 млрд рублей, а в 2020 г., несмотря на пандемический кризис, он превысил 1 млрд рублей» [3].

В контексте экономики совместного использования население сегодня становится все более мобильным, городским и менее склонным к собственности. Растущая популярность экономики совместного потребления, особенно среди миллениалов и поколения Z, оказала разрушительное воздействие на традиционную индустрию услуг по временному размещению и способствовала появлению нового вида жилья как коливинги, адаптированного к меняющимся потребностям и современному образу жизни жителей.

**Материалы и методы**

В качестве исследовательского инструментария применялись следующие общенаучные методы познания: анализ и синтез полученной информации, систематизация и логическое обобщение, метод экспертных оценок, табличные и графические приемы визуализации информации. Анализировались научные и литературные источники, относящиеся к теме исследования.

**Результаты**

Появление современных форматов коливингов по всему миру стало незамедлительным ответом на стремление молодого поколения к гибкости в городах и к более доступной жизни премиум-класса, а также на растущую глобальную рабочую силу — ту, которая демонстрирует высокую степень мобильности, но также и ту, которая чувствует себя все более изолированной и жаждет сообщества. Все еще зарождающийся класс активов как коливинги на глобальном рынке недвижимости относительно фрагментирован, но аргументы в пользу его роста убедительны во многих самых дорогих регионах мира. Ключевой ценностью на рынке недвижимости становятся люди и сообщества, которые формируют образ жизни вместе с идеей объекта.

Коливинг от англ. coliving — community living — форма совместного проживания людей в сообществах, зачастую увлеченных общей идеей, связанных профессиональной деятельностью или схожими интересами и ценностями. За счет небольших площадей личных пространств и большого количества зон общего пользования жители коливинга имеют возможность постоянно общаться, обмениваться опытом, взаимодействовать и работать над совместными проектами в коворкингах.

Концепция коливинга отличается от совместного проживания в квартирах, студенческого жилья, обычного арендуемого жилья (с мебелью или без мебели) или отелей для длительного проживания, поскольку она интегрирует услуги в коммунальное проживание и при этом использует принципы удобства, сообщества и сотрудничества. Именно эти три принципа создают дом вдали от дома для молодых арендаторов и повышают заполняемость коливингов.

На сегодняшний день существует несколько форматов совместного проживания, начиная от домов с менее чем пятью жителями и заканчивая полноценным зданием на 400 комнат с зонами общего пользования. Большинство единиц совместного проживания расположены в жилых зданиях, таких как многоквартирные дома и жилые дома. Вместе с тем представляется возможным выделить ряд признаков, которые являются отличительной чертой коливингов по всему миру (рис. 1).

«Типичным коливингом может считаться объект на 2200 кв. м и 50–60 постояльцев. Средняя площадь юнитов в коливингах — 20 кв. м, но с учетом мест общественного пользования (в том числе социальной инфраструктуры) — в два раза больше в пересчете на одного постояльца» [10]. «Так, на 1 проживающего в среднем приходится около 41 кв. м общей площади объекта с учетом мест общего пользования. Этот показатель зависит от обеспеченности объекта общественными пространствами, а также от состава номерного фонда» [2]. Одной из важных характеристик коливинга является наличие комьюнити-менеджера, организующего активную коммуникацию и совместные проекты для участников сообщества.

Рисунок 1 — **Основные отличительные черты коливинга**

Несмотря на то что большинство объектов совместного проживания не являются полностью однородными в разных странах, сегодня, по-видимому, они представляют собой комбинацию нескольких более устоявшихся типов активов, сочетающих атрибуты каждого из них (табл. 1).

Таблица 1 — **Атрибутивное сравнение коливингов с устоявшимися типами собственности**

| **Атрибут** | **Традиционный многоквартирный дом** | **Хостелы** | **Апартаменты с обслуживанием** | **Жилье для пожилых людей** | **Студенческое жилье** | **Коливинги** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Гибкость в отношении срока аренды, но с минимальными обязательствами | - | - | + | - | - | + |
| Акцент на программировании сообщества, спонсируемом активом | - | - | - | + | - | + |
| Открыт для любого возраста / демографической группы | + | + | + | - | - | + |
| Беспроблемное решение для жизни, включая меблировку и оплату по системе «все включено» | - | + | + | + | + | + |
| Общая жилая площадь | - | + | - | + | + | + |

Как правило, жилые помещения в коливингах имеют несколько общих черт, которые могут варьироваться в зависимости от конкретного помещения. Так, в большинстве случаев коливинги предлагают отдельные комнаты, каждая из кото-

рых оборудована удобными кроватями, местом для хранения вещей и некоторыми декоративными элементами. Жилые помещения полностью меблированы и включают в себя бытовую технику, посуду, постельное белье и все необходимые удобства. В некоторых жилых помещениях общие номера для размещения нескольких человек предоставляются по более низким ценам. В зависимости от бренда номера могут быть простыми и комфортабельными или более роскошными и высококлассными. Если же говорить об общих пространствах, таких как кухня, гостиная и ванные комнаты, то они универсальны и достаточно комфортны для всех. Во многих жилых помещениях есть развлекательные зоны и такие объекты, как открытые террасы и крыши, пригодные для проведения мероприятий, бассейны или тренажерные залы. Большинство схем коливинга оснащены коворкингами либо гибкими офисными пространствами, позволяющими работать, практически не покидая места жительства. Помещения для совместного проживания обычно либо примыкают к коворкингу, либо расположены рядом с ним, при этом стоимость коворкинга обычно включена в стоимость проживания, что делает удаленную работу максимально удобной.

В условиях растущей конкуренции в сегменте коливингов создание сильных брендов и продуктов будет иметь решающее значение для их устойчивости, благополучия и успешного продвижения на рынке. Операторы коливингов стремятся обслуживать своих арендаторов, подкрепляя часть недвижимости пакетом дополнительных услуг. Каждый оператор и бренд создают свое уникальное сервисное предложение, чтобы наилучшим образом удовлетворить потребности своих жителей, а также проектируют физическую инфраструктуру для проживания и программу общественных мероприятий таким образом, чтобы они отражали их набор основных ценностей и предоставляли возможность для социального взаимодействия.

Компании, специализирующиеся на коливингах, поддерживают веб-сайты и используют современные технологии для разработки мобильных приложений, которые создают онлайн-платформу, предоставляя жильцам обновленную и прозрачную информацию о местоположении объектов, доступных спальнях, оказываемых услугах и арендной плате, упрощая тем самым общение между арендатором и оператором. Жители могут оставлять отзывы или жалобы и запрашивать такие услуги как уборка номеров через эти приложения. Современные технологии могут обеспечить новые формы устойчивого образа жизни и способствовать социальному взаимодействию между резидентами одного оператора, но проживающими в разных местах или сообществах. Помимо мобильного приложения операторы совместного проживания пытаются максимально использовать технологии с помощью видеонаблюдения, программного обеспечения для распознавания лиц или биометрического или бесключевого доступа для обеспечения абсолютной безопасности своих жильцов и персонала.

Многие операторы используют такие стратегии, как продуманный отбор кандидатов, эффективная интеграция в сообщество при приеме новых резидентов и эффективные циклы обратной связи. Без этого существует риск того, что жители будут оставаться преимущественно в своем личном пространстве, вместо того чтобы пользоваться всеми возможностями хорошо оборудованных общих помещений, устанавливать дружеские отношениям и, возможно, новые деловые связи.

Основное ядро целевой аудитории коливингов составляют поколения миллениалов и зумеров в возрасте 20–35 лет, которые являются наиболее восприимчивыми к сервисам шеринговой экономики. Мобильность, открытость и позитивный настрой — отличительные черты философии миллениалов. Для них важны не только комфортные условия проживания, но и возможность социализации.

Жители коливингов в значительном большинстве являются так называемыми диджитал-номадами, или «цифровыми кочевниками», т. е. они работают удаленно или занимаются фрилансом на быстро изменяющихся рынках, мультикультурных средах. Следует отметить, что число «цифровых кочевников» во всем мире имеет тенденцию к увеличению. Так, например, если в 2018 г. только 4,8 млн человек в США называли себя «цифровыми кочевниками», то к 2021 г. число возросло до 15,5 млн человек. Еще 24 млн американцев планируют стать «цифровыми кочевниками» в ближайшие пару лет. Подсчитано, что к 2027 г. 50 % от общей численности рабочей силы в США будут внештатными сотрудниками. «Цифровые кочевники», предпочитающие жить и работать в коливингах ценят гибкие условия аренды, которые позволяют самостоятельно определять срок проживания и быть мобильными.

Иногда у коливинга есть специализация, в этом случаев он принимает людей определенной сферы деятельности, профессии, возраста или идеологии. Такое сужение целевой аудитории способствует здоровой атмосфере внутри коливинга, где резиденты и хозяева объединены общими целями. Согласно исследованию, проведенному АНО «Центр развития территорий «ГородЗагород»», в 2020 г. среди тех коливингов, кто четко указал свою целевую аудиторию, почти треть (29 %) специализируются на деловых людях, предпринимателях и тех, кто работает удаленно. Каждый пятый (20 %) собирает под своей крышей «цифровых кочевников» и хипстеров. Следующая группа, которую выделяют коливинги, — это миллениалы: 12 формируют свою специализацию именно так. 10 % приглашают студентов, 6 % — йогов и эко-детоксеров. При этом чуть больше трети коливингов (36 %) во всем мире позиционируют себя как место, в котором будут рады видеть всех, а примерно у 12 % коливингов целевая аудитория четко не определена. Встречаются также и совсем узкие специализации: так, в новой Зеландии есть коливинг, собирающий только людей старше 55 лет, а в Австралии — феминисток и пожилых женщин. Там же есть христианский коливинг. Встречаются коливинги для художников и творческих людей (в России, Новой Зеландии, США, Колумбии, Гватемале), для групп и компаний (в основном, в Южной Америке), для богатых (Китай и Сингапур), экоактивистов (в Новой Зеландии, Австралии и Панаме), модников (на Бали, в Сингапуре и Японии), профессиональных путешественников (в Аргентине) и для стартаперов (в Кремниевой долине, США).

В целом вариант совместного проживания в коливингах является более гибким, чем обычное жилье благодаря упрощенным процессам въезда и выезда (более короткое уведомление), сокращению административной работы, 100 % онлайн-управлению и готовому к использованию меблированному жилью. Такая гибкость учитывает мобильный образ жизни молодых специалистов, особенно для тех, у кого нет срочных контрактов или долгосрочных планов.

Совместное проживание, как правило, имеет более привлекательную общую стоимость, чем традиционное жилье, поскольку оно делит общие эксплуатационные расходы между всеми совместными арендаторами. Для многих арендаторов наличие высококачественных удобств в их здании и всего, что включено в один простой ежемесячный арендный платеж, более чем компенсирует меньшую площадь спальни и делает совместное проживание привлекательным предложением.

«Кроме проблемы недорогого жилья обитатели коливингов решают главную задачу — поиск единомышленников, связей и качественного общения» [4], поскольку по мере того, как все больше аспектов нашей жизни оцифровывается и почти все, что мы делаем, делается через приложение, наши социальные связи сокращаются. Это, наряду с тем фактом, что все больше рабочих мест находятся на

расстоянии, приводит к тому, что люди живут очень изолированной жизнью. Так, согласно опросу, проведенному Фондом Франции, более 5 миллионов французов считаются изолированными, или каждый десятый человек в возрасте 15 лет и старше. В Великобритании один из 10 человек сообщает, что у него вообще нет близких друзей. В Соединенных Штатах это число составляет каждый четвертый. Поэтому как новый класс активов коливинги стремятся создавать сообщество, сосредоточенное на «реальном общении» в мире, где платформы социальных сетей являются виртуальными альтернативами для общения миллениалов и зумеров, тем самым способствуя решению многих социальных проблем.

**Обсуждение**

На сегодняшний день коливинги это не просто модное место коллабораций миллениалов и зумеров, но и новая ниша для прибыльного бизнеса. Все это делает коливинги и подобные им объекты перспективными целями для инвестиций со стороны не только крупного бизнеса, но и небольших частных инвесторов, покупающих номера в коливингах в розницу. В условиях когда современный мир совместного проживания настолько молод, мал и быстро развивается, традиционные игроки на рынках капитала в сфере недвижимости все еще пытаются оценить возможности и риски инвестирования в формат коливингов. Интерес быстро растет — инвесторы всех типов обращают пристальное внимание на потенциальные возможности, связанные с увеличением количества объектов для совместного проживания, а также растущим признанием и спросом на рынке. Что касается масштабов отрасли, то число компаний на глобальном рынке коливингов быстро растет, благодаря новым участникам и более конкурентному рынку.

«По данным компании Monk Realty Solutions Pvt Ltd., общий объем мирового рынка коливингов в 2020 г. составил 7,952 млрд долл., на 6 % превысив уровень 2019 г. При этом количество объектов за год выросло на 30 %, а число постояльцев коливингов и сервисных апартаментов — на 13 %, до 3,35 млн человек» [5].

«Коливинги в мире имеют четкую тенденцию к укрупнению, как самих сетей, так и отдельных объектов. К концу 2020 г. в мире насчитывалось около 180 операторов коливингов с общим числом объектов около 4 тысяч, а число мест аренды в них превышало 250 000» [8]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что сегодняшние показатели рынка коливингов ясно показывают высокий спрос и высокую заполняемость существующих объектов.

Рынки с прогрессивными стартап-ландшафтами и высокой арендной платой являются одними из самых благоприятных мест для совместного проживания. «По статистике 40 % всех коливингов в мире располагаются в Шанхае, Сингапуре, Гонконге и других азиатских городах, 30 % — в Северной Америке, 25 % — в Европе. Остальные 5 % разделили между собой остальные страны, в число которых входит и Россия» [7] .

Активному развитию сегмента коливингов на глобальном рынке недвижимости способствуют такие факторы, как рост цены аренды жилья в мегаполисах, увеличивающаяся урбанизация, повышение спроса на жилье с обслуживанием, высокий уровень маржинальности коливингов для инвесторов по сравнению с обычной арендой жилья, простота заселения и увеличивающееся влияние экономики впечатлений. Соответственно, в самых крупных городах мира коливинги уже стали важной частью рынка недвижимости. Вместе с тем, можно отметить и ряд факторов риска, в числе которых ограниченность аудитории по возрасту, переменчивость моды, сложность в организации быта и досуга коливинга (тяжело угодить всем), негативное отношение к совместному проживанию. Однако, по мере того, как сегмент коливингов становится организованным и все больше игроков присоединяются к отрасли благодаря поддержке инвесторов,

ожидается, что процент миллениалов, предпочитающих совместное проживание другим вариантам аренды, будет только расти. Если продукт для совместного проживания в ценовом диапазоне будет доступен рядом с центрами занятости, он вызовет большой интерес у этой группы конечных пользователей.

«Сегодня при средней заполняемости в 93 % доля сетевых объектов стремится к 100 %» [10]. В период пандемии COVID-19 и вызванного ею локдауна по всему миру в целом сегмент коливингов оказался устойчивым и продолжал пользоваться спросом. Более того, переход ко все более и более удаленным возможностям трудоустройства после пандемии, естественно, является еще одной тенденцией, которая выгодна рынку. По прогнозам экспертов, в течение следующих нескольких лет отрасль будет испытывать значительный приток новых участников, а также некоторые слияния и поглощения. Коливинги будут продолжать развиваться по мере того, как операторы будут экспериментировать с удобствами, услугами и дизайном.

В зависимости от операционной модели, стратегии роста и местоположения коливинги можно разделить на четыре основных вида, представленных на рисунке 2.

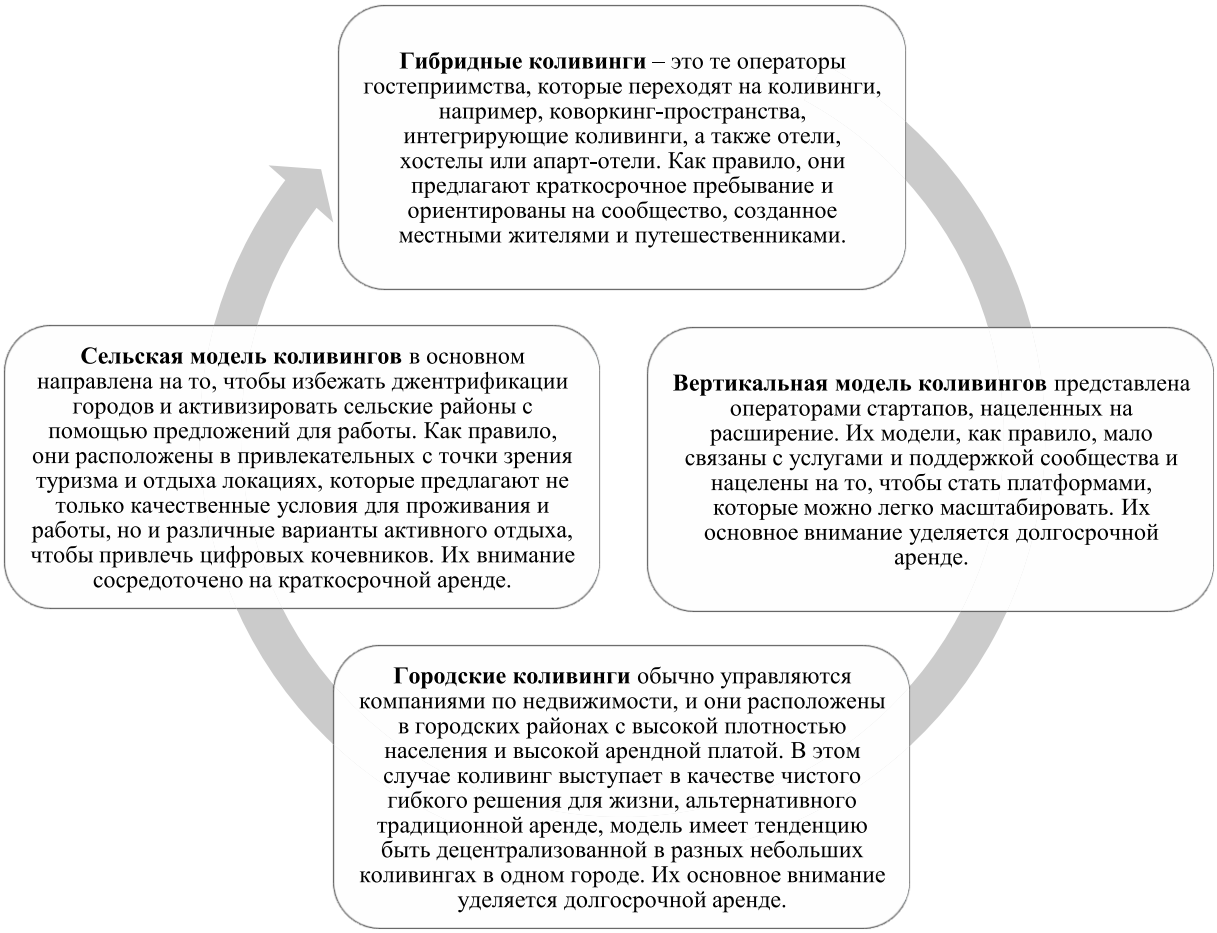


Рисунок 2 — **Виды коливингов в зависимости от их операционной модели, стратегии роста и местоположения**

В последнее время совместное проживание становится жизнеспособным вариантом не только в городских районах, но и в сельской местности и отдаленных районах. Аналогичным образом, в ближайшем будущем мы можем увидеть, как хостелы и другие арендуемые жилые помещения также превращаются в

места совместного проживания. На рисунке 3 представлена диаграмма распределения коливингов по типам. В 2020 г. большая часть коливингов (64 %) находилась внутри крупных городских агломераций. Одним из основных экономических факторов развития городских коливингов является удорожание съема/покупки частного жилья. Студенты и молодые специалисты, выбирая проживание в коливинге, получают не только доступное и качественное жилье, но и возможность общаться и обмениваться знаниями с единомышленниками. Городские коливинги преобладают в Северной Америке и Европе (93 % и 90 % соответственно) сосредоточенные в столицах и крупных городах-миллионниках. Лидерами являются Сан-Франциско, Нью-Йорк, Копенгаген и Брюссель.

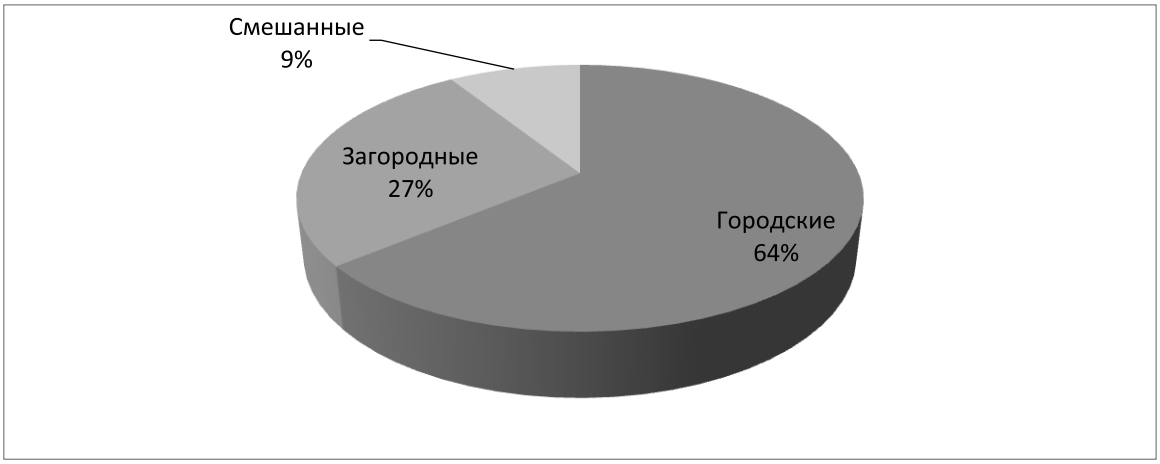


Рисунок 3 — **Диаграмма распределения коливингов по типам в 2020 г.**

Также существует отдельная категория загородных (руральных) коливингов, на долю которых приходится около 27 % объектов, расположенных в привлекательных с точки зрения туризма и отдыха локациях, которые предлагают «не только качественные условия для проживания и работы, но и различные варианты активного отдыха [6]. «К таким локациям относятся, например, различные туристические направления Европы (Канарские острова, Майорка, Калабрия, Банско и другие), Азии (Индонезия, Таиланд, Камбоджа и т. п.), США (Гавайи, озеро Тахо и другие)» [6].

Загородные коливинги в последнее время набирают все большую популярность ввиду развития малого и среднего бизнеса в сельской местности. Их количество растет с каждым годом, хотя темпы роста значительно отстают от городских. Это связано, в первую очередь, с более высокой стоимостью перестройки зданий, находящихся вне города, более низким уровнем трафика и развлечений вокруг сельских агломераций.

После пандемии интерес к загородным коливингам значительно усилился, что привлекло интерес со стороны инвесторов. Самая высокая доля загородных коливингов досталась Южной Америке — здесь их почти треть от общего числа по материку (31 %). Из стран лидерами по доле загородных организаций являются Коста-Рика (78 %), Новая Зеландия (51 %) и Россия (50 %). В Никарагуа, Гватемале и Панаме совсем немного коливингов (по 2–3 объекта), но все они загородные.

Около 9 % объектов относятся к смешанному типу коливингов, представляющих собой частные дома, находящиеся в непосредственной близости к крупным городам или внутри застройки, но в зеленой зоне. Существующее на данный момент в мире все многообразие коливингов можно классифицировать по следующим признакам, представленным на рисунке 4.

Рисунок 3 — **Классификация коливингов по признакам**

Большинство (70 %) коливингов сетевые. Лидером по сетевым коливингам является Европа (84 %), причем здесь встречаются не только городские сети, но и сети коливингов, представленные по всей стране, а также международные. Также сети очень развиты в Азии и Северной Америке — здесь их 79 % и 66 % от общей доли соответственно. В Южной Америке их соотношение чуть более выровнено (59 % сетевых). Лидером независимых коливингов является Австралия — здесь их 74%. В России практически все коливинги одиночные — сетевые организации здесь пока не развиты, поскольку рынок находится на этапе своего формирования. Коливинги есть в Москве, Петербурге, Сочи, Новосибирске, Казани и ряде других городов. Одни из них создают на базе бывших коммуналок, другие строят с нуля, масштабно и с размахом. Например, в Москве в 2023 г. будет введен в строй первый коливинг-небоскреб общей площадью под 70 тыс. кв. м, концепцией которого станет комфортное совместное проживание, развитая внутренняя инфраструктура и функциональность пространства.

Суть инновационной идеи концепции проектов коливингов позволяет развивать в России столь необходимую инфраструктуру, в которой нуждаются молодые современные люди, которые привыкли путешествовать и получать качественный сервис в любой точке мира.

«По данным компании Becar Asset Management, точный объем коливингов в стране оценить сложно, поскольку формат только зарождается. По ориентировочным оценкам компании, количество юнитов в объектах, которые могут соответствовать понятию коливинга, варьируется от 700 до 1 000 единиц. Средняя ставка аренды коливинга в России в конце 2020 г. составляла примерно 21,9 тысячи рублей в месяц за комнату и 16,4 тысячи рублей за койко-место, что в среднем на 10–20 % ниже аренды студии» [5].

На данный момент в России не существует утвержденного стандарта коливингов, поэтому многие девелоперы в целях продвижения объектов на рынке и повышения их привлекательности позиционируют их как коливинги, хотя последние не сильно отличаются от обычных жилых комплексов. В перспективе подразумевается законодательное регулирование этой новой отрасли недвижимости, которого пока не существует, а также появление стандартов оказываемых услуг.

С точки зрения будущего недвижимости и инвестиций формат коливингов является весьма перспективным благодаря небольшому порогу входа и высокой доходности. Вместе с тем развитие сегмента коливингов в России тормозят и медленное внедрение новых форматов девелоперами, и слабая готовность потенциальных клиентов, помнящих опыт общежитий и коммуналок, где жили люди разных социальных классов, интересов и жизненных установок.

На фоне роста стоимости жилья в крупных городах, непрерывного процесса урбанизации и интереса целевой аудитории к подобному формату проживания, коливинги выглядят весьма перспективным объектом для инвестиций. Инвесторы уверены, что спрос на коливинги в России резко возрастет в ближайшие годы, чему будет способствовать растущая тенденция на организацию работы с командой на условиях аутсорсинга. По статистике в 2020 г. более 14 миллионов человек определяли себя как фрилансеры. Опрос Райффайзенбанка говорит нам о том, что 45 % россиян рассматривают вариант удаленной работы в другом городе. Так, люди рассчитывают увеличить доход и получить работу в компании, которой нет в их городе, а совместное проживание в коливингах позволит этим сотрудникам получить институциональное жилье в городах, в которых они хотят или должны находиться, без непомерно высоких долгосрочных обязательств.

В ближайшие годы в России сектор коливингов ждет тестовый период — инвесторам необходимо определить потенциал спроса, найти способы интегрировать формат коливингов в свои проекты, сформировать привлекательную ценовую политику, которая будет выгодна как для инвесторов, так и для арендаторов. Поэтому при наличии правильной концепции и четкого позиционирования коливинги, безусловно, будут развиваться и становиться все более востребованными не только в Москве и Петербурге, но и в других регионах России и имеют все шансы стать неотъемлемой частью образа жизни современных молодых горожан.

**Выводы**

На фоне стремительно набирающей обороты экономики совместного потребления на глобальном рынке, спрос на коливинги, безусловно, будет расти вместе с внедрением многих новых стратегий и услуг в сфере недвижимости. Такой повышенный спрос и популярность приведут к появлению новых игроков на рынке наряду с конкурентоспособностью, что в дальнейшем приведет к улучшению услуг и удобств, а также к позитивному потребительскому опыту. Поэтому чтобы выжить на рынке жилой недвижимости, участники сектора коливингов должны разрабатывать инновационные и подходящие бизнес-модели и понимать необходимость вложения усилий и времени для удовлетворения потребностей людей в соответствии с их образом жизни.

**Библиографический список**

1. *Акишева, П. С.* Ко-пространства как следствие развития цифровой экономики // Общество: социология, психология, педагогика. — 2022. — № 2. — С. 67–71.

2. Большинство коливингов расположены в реконструированных зданиях. [Электронный ресурс]. — URL: http://www.bpn.ru/publications/88403.

3. В России появился «зеленый стандарт» для промышленного строительства [Электронный ресурс]. — URL: https://platform.plus-one.ru/news/2021/08/31/2339-v-rossii-sozdali-zelenyy-standart-dlya-promyshlennogo-kapitalnogo-stroitelstva.

4. Давай жить вместе. Как новые привычки меняют рынок недвижимости [Электронный ресурс]. — URL: https://www.forbes.ru/biznes/363249-davay-zhit-vmeste-kak-novye-privychki-menyayut-rynok-nedvizhimosti.

5. За год число коливингов в мире выросло на 30 %. На молодом российском рынке пока определяются, что считать. [Электронный ресурс]. — URL: https://sanktpeterburg.bezformata.com/listnews/kolivingov-v-mire-viroslo-na-30-na-molodom/91291084.

6. Инвесторы поверили в коливинги [Электронный ресурс]. — URL: http://www.bpn.ru/publications/88402.

7. Коливинг: новый формат недвижимости или «коммуналка»? [Электронный ресурс]. — URL: https://news.ners.ru/koliving-novyj-format-nedvizhimosti-ili-kommunalka.html.

8. Мировой рынок коливингов растет на 30 % в год [Электронный ресурс]. — URL: https://re.vedomosti.ru/profit_place/articles/2021/06/10/873726-mirovoi-rinok-kolivingov-rastet.

9. *Османова, З. О.* Экономика совместного потребления: особенности, структура и тенденции развития // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. — 2020 — № 3. — С. 176–184.

10. Соседское комьюнити или возвращение общежитий: как коливинги стали популярным форматом для жилья [Электронный ресурс]. — URL: https://sber.pro/publication/sosedskoe-komiuniti-ili-vozvrashchenie-obshchezhitii-kak-kolivingi-stali-populiarnym-formatom-dlia-zhilia.

**Bibliographic list**

1. *Akisheva, P. S.* Co-spaces as consequence of development of digital economy // Society: sociology, psychology, pedagogy. — 2022. — № 2. — P. 67–71.

2. Most colivings are located in reconstructed buildings [Electronic resource]. — URL: http://www.bpn.ru/publications/88403.

3. Green standard for industrial construction has appeared in Russia [Electronic resource]. — URL: https://platform.plus-one.ru/news/2021/08/31/2339-v-rossii-sozdali-zelenyy-standart-dlya-promyshlennogo-kapitalnogo-stroitelstva.

4. Let's live together. How new habits are changing the real estate market [Electronic resource]. — URL: https://www.forbes.ru/biznes/363249-davay-zhit-vmeste-kak-novye-privychki-menyayut-rynok-nedvizhimosti.

5. Over the year, number of colivings in the world has increased by 30 %. In the young Russian market, it is still being determined what to count [Electronic resource]. — URL: https://sanktpeterburg.bezformata.com/listnews/kolivingov-v-mire-viroslo-na-30-na-molodom/91291084.

6. Investors believed in colivings. [Electronic resource]. — URL: http://www.bpn.ru/publications/88402.

7. Koliving: new format of real estate or «communal»? [Electronic resource]. — URL: https://news.ners.ru/koliving-novyj-format-nedvizhimosti-ili-kommunalka.html.

8. Global colivings market is growing by 30 % per year [Electronic resource]. — URL: https://re.vedomosti.ru/profit_place/articles/2021/06/10/873726-mirovoi-rinok-kolivingov-rastet.

9. *Osmanova, Z. O.* Economy of shared consumption: features, structure and development trends // Scientific Bulletin: Finance, Banks, Investments. — 2020. — № 3. — P. 176–184.

10. Neighborhood community or return of dormitories: how colivings have become a popular format for housing [Electronic resource]. — URL: https://sber.pro/publication/sosedskoe-komiuniti-ili-vozvrashchenie-obshchezhitii-kak-kolivingi-stali-populiarnym-formatom-dlia-zhilia.

***DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.014***

***Е. В. Писарева***

## ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНТЕГРАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ: ЛОКАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

**Аннотация**

Цель статьи — определить влияние цифровизации на эффективность процесса интеграции маркетинговых коммуникаций в сфере услуг, которая сильно подвержена воздей-

ствию рыночных факторов и достаточно медленно реагирует на внешние изменения в регионах. Задача состоит в том, чтобы изучить особенности цифровизации в целом в секторе услуг, выделить эффективность интеграции маркетинговых коммуникаций в контексте цифровизации и косвенно обобщить подходы, при которых интеграция маркетинговых коммуникаций в местном секторе услуг может привести к экономической и коммуникационной эффективности. Исследование проводилось путем мониторинга информации в доступных и открытых интернет-ресурсах, который выявил проблемы с интеграцией маркетинговых коммуникаций большинства компаний на фоне текущей нестабильной экономической ситуации. Необходимость разработки подхода к интеграции маркетинговых коммуникаций, адаптированного к рыночным условиям и тенденциям, обоснована в процессе эмпирического исследования, обсуждения результатов в рамках научно-практической конференции. Конечный результат исследования представлен в модели интеграции маркетинговых коммуникаций, которая была протестирована в двух компаниях Ростова-на-Дону, а также в формате семинаров по дисциплинам кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

**Ключевые слова**

Цифровизация, интеграция маркетинговых коммуникаций, факторы рыночной среды, модель интеграции, локальная сфера услуг.

***E. V. Pisareva***

## IMPACT OF DIGITALIZATION ON EFFECTIVENESS OF INTEGRATION OF MARKETING COMMUNICATIONS IN SERVICE SECTOR: LOCAL ASPECT

**Annotation**

Purpose of article is to determine the impact of digitalization on effectiveness of process of integrating marketing communications in service sector, which is strongly affected by market factors and reacts rather slowly to external changes in regions. Task is to study the features of digitalization in general in service sector, to highlight the effectiveness of integration of marketing communications in context of digitalization and indirectly generalize approaches in which the integration of marketing communications in local service sector can lead to economic and communication efficiency. Study was conducted by monitoring information in accessible and open Internet resources, which revealed problems with integration of marketing communications of most companies against the background of current unstable economic situation. Need to develop an approach to integration of marketing communications adapted to market conditions and trends is justified in process of empirical research, discussion of results within the framework of scientific and practical conference. Final result of research is presented in model of marketing communications integration, which was tested in two companies in Rostov-on-Don, as well as in format of seminars on disciplines of Department of Marketing and Advertising of Rostov State University of Economics.

**Keywords**

Digitalization, integration of marketing communications, market environment factors, integration model, local service sector.

**Введение**

Современные подходы к интеграции маркетинговых коммуникаций находятся в стагнации, так как все усилия компаний обратились в Интернет без обдумывания и обоснования вопроса, так ли важно переходить полностью в онлайн для охвата всех аудиторий, разных по своим сегментационным характеристикам, чтобы, в первую очередь, быть рентабельными на рынке, привлекать новых потребителей, выделяться на фоне конкурентов и интенсифицировать продвижение товаров и услуг.

Актуальность проблемы интеграции маркетинговых коммуникаций еще более подтверждается высоким уровнем онлайн-агрессивных, неэтичных «спамовых» обращений к целевым аудиториям, которые негативно воспринимая информацию, получаемую таким образом, критически относятся не только к деятельности отдельной компании, но и ко всем информационно-коммуникационным действиям контакторов.

Сфера услуг отличается непостоянством как в экономическом, так и в производственном отношении. Несмотря на высокий уровень ВВП региона, она до сих пор остается слабой и неразвитой в маркетинговом и коммуникационном аспекте. Резкие и, порой, непредсказуемые повороты экономики, а также трансформация всех отраслей и сфер деятельности из-за политических, геополитических и финансовых скачков на глобальном рынке, привели к тому, что локальный бизнес стал отказываться от маркетинга как такового, не планируя при этом и маркетинговые коммуникации. Интеграция в этой связи остается проблемным процессом, не приносящим компаниям положительных экономических и коммуникационных результатов. Интеграция маркетинговых коммуникаций воспринимается неоднозначно еще и в силу высоких затрат на нее, несмотря на стремительный рост рекламы, синергизма всех коммуникаций не происходит, а обусловленное текущей ситуацией сокращение коммуникационных площадок, в том числе онлайн, привело к подорожанию рекламы, ужесточению законодательного регулирования в этой сфере и другим объективно неоправданным проблемам в маркетинге и коммуникациях бизнеса. Этому мы находим подтверждение у А. Е. Архипова, И. Ю. Севрюкова «в зависимости от сложившейся рыночной ситуации и выбранной структуры продвижения, а также от изменения отношения потребителей к предлагаемым товарам и услугам, состав и структура применяемых элементов коммуникационного комплекса может варьироваться» [2, с. 48], в ранней работе А. В. Арланцева, Е. В. Попова «тенденция к интегрированию маркетинговых коммуникаций повышает значимость комплекса продвижения — к его составляющим применяются более жесткие требования, так как именно средствами, образующими основные элементы комплекса продвижения, достигается нужное направление коммуникационного воздействия других составляющих комплекса маркетинга» [1]. Согласимся, что, отказываясь от маркетинга и интеграции коммуникационного инструментария, бизнес не получает фактической эффективности.

Сегодняшний подход к интеграции маркетинговых коммуникаций, как упоминалось, апеллирует лишь к цифровым инструментам, однако без аккумуляции многогранных средств и методов маркетинговых коммуникаций достичь эффективности невозможно, «несмотря на то, что потребители все чаще становятся участниками маркетинговых кампаний, авторами публикаций о продуктах и активными участниками информационной жизни бизнес-среды» [6, с. 382], без офлайн-коммуницирования невозможно добиться полного охвата целевых аудиторией потоками маркетинговой информации. А. Т. Тлеубердинова, З. С. Санденбекова добавляют, что «использование коммуникационного влияния на всех уровнях позволяет компании охватить большую часть существующих и потенциальных клиентов, рекламировать предоставляемые услуги, поддерживать положительный имидж среди сотрудников, конкурентов, поставщиков, создавая таким образом систему интегрированных маркетинговых коммуникаций» [5, с. 142].

Проблема интеграции маркетинговых коммуникаций в разные трансформационные периоды развития экономических отношений актуализируется еще более, так как требует разработки под параметры рынка. Важно понимать, что интеграция при этом преобразуется, ее модели дополняются новыми взаимосвя-

зями и взаимодействиями, в конечном итоге, формируя эффективность маркетинговых коммуникаций. Как следствие, бизнес должен оперативно и четко реагировать на текущие рыночные изменения, а эффективность этой реакции зависит от стратегии поведения на рынке и восприятия сложившейся ситуации как вектора развития перспективной и инновационной интеграции маркетинговых коммуникаций, от которой зависит коммуникационное пространство каждого экономического субъекта рынка.

На этом фоне цифровизация получает новый статус эффективности, — техника и технологии передачи маркетинговой информации в совокупности позволяют точечно взаимодействовать с целевыми аудиториями и здесь речь идет не о пресловутом таргетинге, а о глубинном исследовании сегментационных характеристик региона и его представителей.

**Методы и материалы**

Мониторинг доступных интернет-ресурсов, эмпирическое исследование, а также перекрестный анализ маркетинговой информации о различных сферах деятельности региона, в том числе образовательной, медицинской, консалтинговой, ресторанной, позволили применить матрицу SWOT, где упор делался на общие недостатки интеграции маркетинговых коммуникаций, сильные стороны, присущие локальному бизнесу в плане коммуникаций с рынком в условиях цифровизации всех процессов взаимодействия, а также реальные возможности и эффективность их реализации, при условии нивелирования влияния внешних рыночных угроз, низкого проникновения новейших и инновационных цифровых технологий во все аспекты бизнеса.

**Результаты**

В мониторинге участвовали официальные сайты 72 компаний сферы услуг г. Ростова-на-Дону, из которых большую часть составили коммерческие медицинские учреждения 21, ресторанные заведения — 19, компании бьюти-сферы — 12 и т. д. (рис. 1).

Рисунок 1 — **Распределение сфер деятельности в аспекте авторского мониторинга сайтов компаний г. Ростова-на-Дону, 2022 г.**

Исходя из анализа информации на сайтах компаний, интеграция маркетинговых коммуникаций присуща только 1/3 компаний, в частности, образовательные учреждения в основу маркетинговых коммуникаций ставят рекламу и PR, бьюти-сфера — прямой маркетинг и стимулирование продаж услуг или комплекса услуг посредством программ лояльности, то же самое отмечается в общепите — рестораны, кафе, пиццерии и кафетерии используют стимулирование продаж — от программ лояльности до специальных предложений непосредственно на месте оказания услуг. Также для общепита категорий «кондитерские», «кафетерии», «пиццерии», «рестораны», характерны коллаборации с представителями шоу- и локального бизнеса, блогерами, дизайнерами и др. PR при этом

выполняет многочисленные функции. Фактически у всех обследуемых компаний он ярко выражен и является определяющим в формировании благоприятного имиджа, в создании фирменной идентичности и условий отстройки от многочисленных конкурентов (рис. 2).

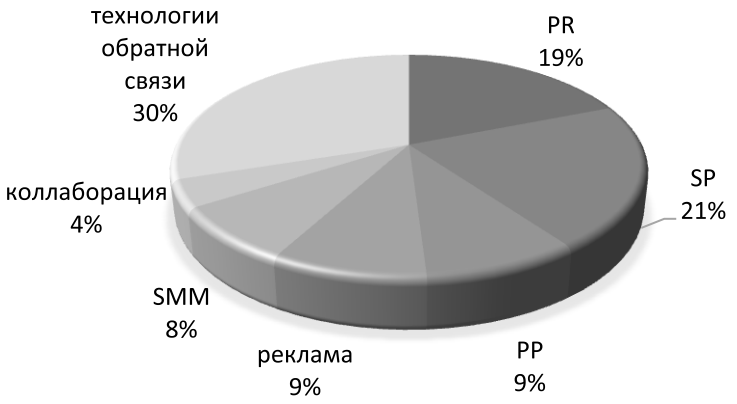


Рисунок 2 — **Формы интеграции маркетинговых коммуникаций на сайтах обследуемых компаний сферы услуг г. Ростова-на-Дону, 2022 г.**

Таким образом, основу маркетинговых коммуникаций составляют, так называемые технологии обратной связи — 30 %, что подразумевает все те инструменты, которые позволяют оперативно поддерживать связь с посетителями сайта, отвечать на вопросы, оплачивать услуги, проводить онлайн-консультации и др. На втором месте стимулирование продаж — 21 % (анализ сайтов показал, что это — программы лояльности). Каждая компания такую информацию не только транслирует на собственном сайте, но и активно популяризирует посредством персональных продаж, в социальных сетях и другими средствами. 19 % составляют связи с общественностью — это для компаний сегодня настолько актуально, что позволяет само идентифицироваться, отстраиваться от конкурентов, «приводить» новых клиентов, поддерживать взаимовыгодные связи с партнерами и другими заинтересованными аудиториями (рис. 3).

Научная новизна исследовательской концепции заключается в алгоритмизации интеграции маркетинговых коммуникаций на фоне проникновения цифровых инструментов во все направления деятельности компаний сферы услуг, однако не приносящих эффективности, в частности, существующие модели интеграции не оказывают планируемого и ожидаемого притока новых клиентов (при этом в авторском алгоритме не дается точного обозначения цифровых инструментов, но это логически предполагается), не формируют устойчивой лояльности постоянных клиентов и высокой степени фирменной и конкурентной идентичности представителей данного бизнеса в сознании целевых аудиторий.

Также отметим, что во главу алгоритма мы ставим достижение синергетического эффекта интеграции маркетинговых коммуникаций, когда на выходе проделанной маркетинговой работы, аудит процесса показывает повышение сильных показателей и нивелирование проблемных узлов деятельности каждой конкретной компании. То же самое встречаем у отечественных авторов Н. Б. Землянской, Н. В. Казаковой: «под синергетическим эффектом понимается эффект совместного действия нескольких различных факторов, в то время как каждый фактор по отдельности к этому явлению не приводит» [4].

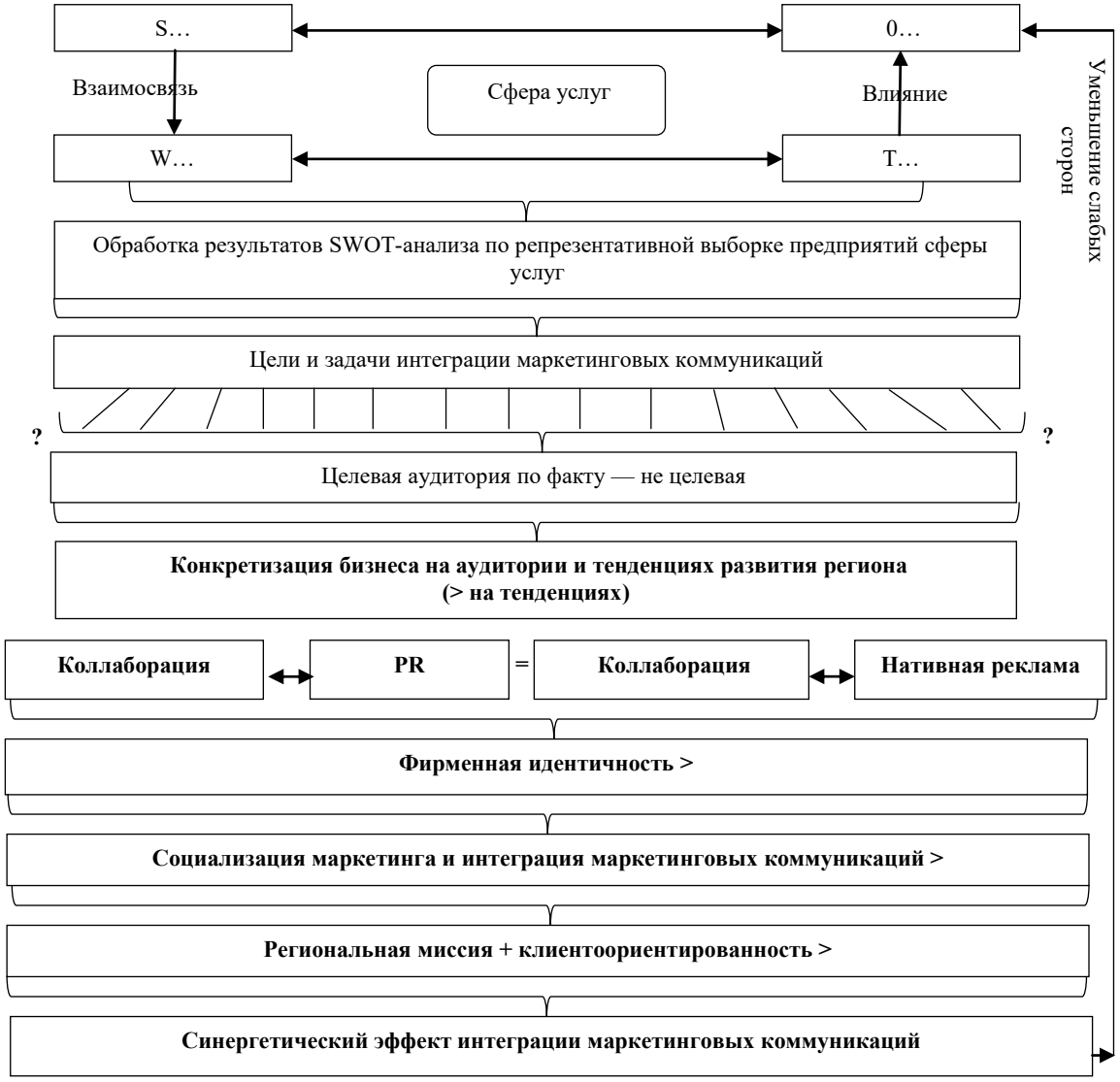


Рисунок 3 — **Алгоритм совершенствования интеграции маркетинговых коммуникаций с локализацией на особенности локальной сферы услуг**

Авторский алгоритм интеграции маркетинговых коммуникаций является гибким и адаптированным к региональным условиям как цифровизации бизнеса, так и перспективам коммуникацирования с целевыми аудиториями, а структурное утверждение, что коллаборация, PR и некоторые виды рекламы приведут к повышению эффективности интеграции, обосновано авторскими исследованиями и опытом работы в сфере услуг.

**Обсуждение**

В представленном аспекте интеграция маркетинговых коммуникаций на локальном уровне, хотя и своеобразна, но аккумулирует инструментарий маркетинговых коммуникаций, имеющийся в «распоряжении» компаний г. Ростова-на-Дону, точнее составляющий основу интеграции в последние годы и соответствующий бюджетам сферы услуг. Констатируем, что интеграция имеет явные локальные характеристики, включая преимущества и недостатки. На основании последнего утверждения автором предлагается рассмотреть интеграцию маркетинговых коммуникаций на локальном уровне в контексте алгоритма, который может быть адаптирован к деятельности любой компании и привнести в маркетинговую деятельность экономически и коммуникационно положительные результаты.

Современных вариантов интеграции много, но, по мнению коллег ростов-

ской научной школы, они не являются уникальными и адаптированными к реалиям локального рынка услуг. Так, подтверждается, что высокий уровень интеграции маркетинговых коммуникаций в сфере услуг (основу исследования авторов составили образовательные услуги) — это интеграция коммуникационного инструментария и современных технологий, востребованных у общества и ключевых аудиторий — контакторов с маркетинговой информацией [3, с. 6713], формирующих синергизм и высокую степень эффективности.

**Выводы**

Проблемы интеграции маркетинговых коммуникаций в деятельности компаний сферы услуг проявляются на разных стадиях развития и по-разному, однако нивелировать вялотекущий неэффективный процесс можно посредством четкой координации и алгоритмизации целей и задач как интеграции маркетинговых коммуникаций, так и выбора коммуникационного инструментария.

**Библиографический список**

1. *Арланцев, А. В., Попов, Е. В.* Синергизм коммуникационного инструментария [Электронный ресурс]. — URL: https://www.cfin.ru/press/marketing/2001-1/arlan.shtml.

2. *Архипов, А. Е., Севрюков, И. Ю.* Интеграция маркетинговых коммуникаций: подходы, особенности, синергизм // Российское предпринимательство. — 2012. — № 23.

3. *Безпалова, А. Г., Иванченко, О. В., Микова, Е. А., Подопригора, А. С., Попова, И. В.* Цифровизация образовательного процесса как вектор развития современного университета в условиях цифровой экономики // Proceedings of 33rd International Business Information Management Association Conference. Education Excellence and Innovation Management through Vision. — 2019. — № 33. — С. 6706–6713.

4. *Землянская, Н. Б., Казакова, Н. В.* Интегрированные маркетинговые коммуникации как основа стратегии продвижения // Проблемы современной экономики. — 2015. — № 26. — С. 67–70.

5. *Тлеубердинова, А. Т., Сабденбекова, З. С.* Концепция и содержание комплексных маркетинговых коммуникаций // Bulletin of Karaganda University. Economy series. — 2018. — № 3. — С. 136–144.

6. *Чеморда, П. О.* Цифровые маркетинговые каналы коммуникаций и барьеры их внедрения на малых и средних предприятиях // Бизнес Информ. — 2020. — № 6 (509). — С. 378–384.

**Bibliographic list**

1. *Arlantsev, A. V., Popov, E. V.* Synergism of communication tools [Electronic resource]. — URL: https://www.cfin.ru/press/marketing/2001-1/arlan.shtml.

2. *Arkhipov, A. E., Sevryukov, I. Y.* Integration of marketing communications: approaches, features, synergy // Russian entrepreneurship. — 2012. — № 23.

3. *Bezpalova, A. G., Ivanchenko, O. V., Mikova, E. A., Podoprigora, A. S., Popova, I. V.* Digitalization of educational process as vector of development of modern university in digital economy // Proceedings of 33rd International Business Information Management Association Conference. 33, Education Excellence and Innovation Management through Vision. — 2019. — P. 6706–6713.

4. *Zemlyanskaya, N. B., Kazakova, N. V.* Integrated marketing communications as basis of promotion strategy // Problems of modern economy. — 2015. — № 26. — P. 67–70.

5. *Tleuberdinova, A. T., Sabdenbekova, Z. S.* Concept and content of complex marketing communications // Bulletin of Karaganda University. Economy series. — 2018. — № 3. — P. 136–144.

6. *Chemorda, P. O.* Digital marketing communication channels and barriers to their implementation in small and medium-sized enterprises // Business Inform. — 2020. — № 6 (509). — P. 378–384.

*DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.015*

***Н. В. Пржедецкая***

# МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ОБРАЗОВАНИЯ И ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РОССИИ В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ В ПОДДЕРЖКУ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

**Аннотация**

Новые экономические условия обусловлены цифровой модернизацией, социальным прогрессом, пандемией и кризисом COVID-19, а также международными санкциями. В этих условиях актуализировалась проблема перестройки цепей создания добавленной стоимости в России, которые должны стать более надежными, особенно в таких приоритетных отраслях, как образование и здравоохранение. Сложившийся маркетинговый подход к управлению этими отраслями не в полной мере отвечает новым экономическим условиям. В связи с этим цель статьи состоит в определении перспектив совершенствования маркетингового подхода к развитию образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения. С помощью метода SWOT-анализа определяется потенциал развития образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения. С помощью метода регрессионного анализа определяется наиболее оптимальная степень государственного вмешательства в рынки услуг образования и здравоохранения. Результатами исследования являются рекомендации по изменению масштаба государственного присутствия на рынках услуг образования и здравоохранения в России, а также разработка перспективного комплекса маркетинга для развития этих рынков в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения.

**Ключевые слова**

Образование, здравоохранение, импортозамещения, новые экономические условия, маркетинг.

***N. V. Przhedetskaya***

# MARKETING APPROACH TO DEVELOPMENT OF EDUCATION AND HEALTHCARE IN RUSSIA IN NEW ECONOMIC CONDITIONS IN SUPPORT OF IMPORT SUBSTITUTION

**Annotation**

New economic conditions are driven by digital modernization, social progress, COVID-19 pandemic and crisis, and international sanctions. Under these conditions, problem of restructuring value-added chains in Russia has become urgent, which should become more reliable, especially in such priority sectors as education and healthcare. Current marketing approach to managing these industries does not fully meet the new economic conditions. In this regard, purpose of article is to determine the prospects for improving the marketing approach to development of education and healthcare in Russia in new economic conditions in support of import substitution. Using SWOT analysis method, potential for development of education and healthcare in Russia in new economic conditions in support of import substitution is determined. Using the method of regression analysis, most optimal degree of state intervention in markets for education and health services is determined. Results of study are recommendations for changing the scale of state presence in

education and health care markets in Russia, as well as development of promising marketing mix for development of these markets in new economic conditions in support of import substitution.

**Keywords**

Education, healthcare, import substitution, new economic conditions, marketing.

**Введение**

Новые экономические условия в современной России сформировались под влиянием целого ряда факторов. Первый фактор: научно-технический прогресс. Становление в России цифровой экономики открыло новые возможности для отраслевых рынков и, в частности, импульс к развитию получили высокотехнологичное образование (EdTech) и здравоохранение (MedTech).

Второй фактор: социальный прогресс, повышение уровня и качества жизни. Развитое «общество знаний», а также лидирующие позиции России на мировой арене в сфере здравоохранения (к примеру, регистрация первых в мире вакцин от ранее не поддающихся лечению заболеваний), увеличение ожидаемой продолжительности жизни при рождении определяют высокие требования россиян к услугам в сфере образования и здравоохранения соответственно. Успешно функционирующая система электронного правительства диктует растущие ожидания и требования к удобству получения этих услуг.

Третий фактор: пандемия и кризис COVID-19. Коронавирусные ограничения стали серьезным испытанием для экономик всех стран мира, включая Россию. Глобальные цепи создания добавленной стоимости казались дестабилизированы, что вызвало потребность в импортозамещении. К настоящему времени ситуацию усугубил четвертый фактор: международные санкции, из-за которых внешнеэкономическая деятельность стала ненадежной, и потребность в импортозамещении еще более возросла, особенно в таких стратегически важных отраслях, как образование и здравоохранение. Эти отрасли специфичны тем, что обе они ранее генерировали общественные блага и, несмотря на завершенность рыночного реформирования, в них сохранилось значительное государственное присутствие. В связи с этим подход к управлению развитием образования и здравоохранения в современной России не является ни полностью государственным, ни маркетинговым в «чистом» (коммерческом, как в ряде других стран) виде, а относится к области некоммерческого маркетинга.

Цель этой статьи заключается в определении перспектив совершенствования маркетингового подхода к развитию образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения.

**Литературный обзор**

Статья опирается на научные положения Теории некоммерческого маркетинга, характерного для образования и здравоохранения и изложенные в многочисленных трудах таких ученых, как А. У. Альбеков [1], М. Ф. Афанасьева, Е. В. Писарева [2], Н. Н. Зубарева, В. А. Чисников [3], К. С. Казакова [4], Ю. В. Пржедецкий, Н. В. Пржедецкая, К. В. Борзенко [5], Ю. В. Солянская [6], Е. Сибирская, Л. Овешникова, Е. Попкова и И. Тарасова [10].

Это позволяет определить степень проработанности вопросов маркетингового управления развитием образования и здравоохранения в России как высокую. Тем не менее, существующий маркетинговый подход к развитию образования и здравоохранения в России недостаточно адаптирован к сложившимся новым экономическим условиям и не в полной мере отвечает актуальным требованиям импортозамещения. Перспективы совершенствования рассматриваемого подхода неопределенны, что выступает пробелом в литературе. Заполнению выявленного пробела посвящена эта статья.

**Материалы и методы**

Исследование проводится в два этапа. На первом этапе с помощью метода SWOT-анализа определяется потенциал развития образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения. На втором этапе исследуются перспектив раскрытия этого потенциала.

С помощью метода регрессионного анализа моделируется зависимость уровня развития образования (с опорой на показатель human capital and research, рассчитываемый WIPO [7]) и здравоохранения (с опорой на показатель health care index, mid-year, рассчитываемый Numbeo [8]) от степени экономической свободы (с опорой на показатель index of economic freedom, overall score, рассчитываемый The Heritage Foundation [9]. Это позволяет определить наиболее оптимальную степень государственного вмешательства в рынки услуг образования и здравоохранения. Исследование проводится в динамике 2013–2022 гг. на основе статистики из таблицы 1.

Таблица 1 — **Уровень развития образования, здравоохранения и степень экономической свободы в России в 2013–2022 гг., баллы 1–100****

| Год | Уровень развития образования (Human capital and research, $y_1$) | Уровень развития здравоохранения (Health care index, mid-year, $y_2$) | Степень (Index of economic freedom, overall score, x) |
|---|---|---|---|
| 2013 | 44,1 | 39,34 | 51,1 |
| 2014 | 44,5 | 52,71 | 51,9 |
| 2015 | 47,5 | 53,74 | 52,1 |
| 2016 | 50,4 | 55,42 | 50,6 |
| 2017 | 50,0 | 56,13 | 57,1 |
| 2018 | 48,4 | 57,29 | 58,2 |
| 2019 | 48,3 | 57,64 | 58,9 |
| 2020 | 45,6 | 58,01 | 61,0 |
| 2021 | 47,9 | 58,53 | 61,5 |
| 2022 | 50,3* | 59,86 | 56,1 |

**по причине отсутствия фактических данных приведено прогнозное значение «при прочих равных условиях», исходя из прироста индекса в 2021 г. по сравнению с 2021 г. (на 5,04 %).*

*** Составлено на основе материалов [7–9].*

В зависимости от характера и надежности результатов регрессионного анализа делаются выводы о целесообразности изменения масштаба государственного присутствия на рынках услуг образования и здравоохранения в России. С опорой на эти выводы разрабатывается перспективный комплекс маркетинга — маркетинг-микс в модели 7P — для развития образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения.

**Результаты**

Для определения потенциала развития рынков услуг образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения проведен SWOT-анализ этих рынков, результаты которого приведены в таблице 2. Результаты SWOT-анализа выявили сильные стороны (S) рынков услуг образования и здравоохранения в России, среди которых большие производственные мощности, государственный контроль и гарантия высокого качества услуг, а также бюджетное финансирование государственных организаций образования и здравоохранения. В качестве слабых сторон (W) рассматриваемых рынков в новых экономических условиях выступают ранее поощряемая и востребованная, но утратившая актуальность встроенность в нарушившиеся глобальные цепи создания добавленной

стоимости, а также ориентация на узкие сегменты отечественных рынков и дефицит частных инвестиций.

Возможности (О) развития образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения включают в себя использование возможностей цифровой экономики, выстраивание устойчивых (надежных) цепей создания добавленной стоимости, а также гибкость и адаптивность к меняющимся условиям рынка. Угрозу (Т) представляет дальнейшая дестабилизация рынков (нарушение в работе цепей создания добавленной стоимости), а также дефицит финансирования развития организаций образования и здравоохранения.

Таблица 2 — **SWOT-анализ развития образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения**

| **Сильные стороны (S)** | **Слабые стороны (W)** |
|---|---|
| большие производственные мощности;<br>государственный контроль и гарантия высокого качества услуг;<br>бюджетное финансирование государственных организаций образования и здравоохранения | встроенность в нарушившиеся глобальные цепи создания добавленной стоимости;<br>ориентация на узкие сегменты отечественных рынков;<br>дефицит частных инвестиций |
| **Возможности (О)** | **Угрозы (Т)** |
| использование возможностей цифровой экономики;<br>выстраивание устойчивых (надежных) цепей создания добавленной стоимости;<br>гибкость и адаптивность к меняющимся условиям рынка | дальнейшая дестабилизация рынков (нарушение в работе цепей создания добавленной стоимости);<br>дефицит финансирования развития организаций образования и здравоохранения |

Для определения степени экономической свободы в России, предпочтительной для наиболее полного использования отмеченных возможностей и нейтрализации выявленных угроз в таблице 3 проведен регрессионный анализ ее влияния на уровень развития образования и здравоохранения.

Полученные результаты позволяют составить две модели парной линейной регрессии:

$$y_1 = 42{,}7788 + 0{,}0881 * x \qquad (1)$$

Таблица 3 — **Регрессионный анализ зависимости уровня развития образования и здравоохранения от степени экономической свободы в России**

| **Составляющая анализа** | **Показатель** | **Модель образования** | **Модель здравоохранения** |
|---|---|---|---|
| Регрессионная статистика | Множественный R | 0,1584 | 0,6270 |
| | R-квадрат | 0,0251 | 0,3931 |
| | Нормированный R-квадрат | -0,0968 | 0,3173 |
| | Стандартная ошибка | 2,4155 | 4,8548 |
| | Наблюдения | 10 | 10 |
| Дисперсионный анализ | F | 0,2058 | 5,1827 |
| | Значимость F | 0,6621 | 0,0524 |
| Модель регрессии | Постоянная | 42,7788 | 5,2371 |
| | Коэффициент регрессии | 0,0881 | 0,8886 |
| Стандартная ошибка | Постоянная | 10,8740 | 21,8545 |
| | Коэффициент регрессии | 0,1942 | 0,3903 |
| t-статистика | Постоянная | 3,9340 | 0,2396 |
| | Коэффициент регрессии | 0,4537 | 2,2765 |
| P-Значение | Постоянная | 0,0043 | 0,8166 |
| | Коэффициент регрессии | 0,6621 | 0,0524 |

Модель (1) свидетельствует о положительном влиянии экономической свободы на развитие рынка услуг образования в России. Однако модель характеризуется слабой корреляцией (15,84 %) и недостаточно надежна (значимость F = 0,6621). Следовательно, отсутствует устойчивая зависимость между экономической свободой и развитием образования в России. На основании этого рекомендуется сохранение текущего масштаба государственного вмешательства в рыночные процессы в сфере образования.

$$y_2 = 42,5,2371 + 0,8886 * x \quad (2)$$

Модель (2) свидетельствует о том, что при повышении степени экономической свободы на 1 балл происходит развитие рынка услуг здравоохранения в России на 0,8886 балла. Модель характеризуется умеренной корреляцией (62,70 %) и достаточно надежна (значимость F = 0,0524) — достоверна на уровне значимости 0,1. На основании этого рекомендуется сокращение государственного вмешательства в рыночные процессы в сфере здравоохранения, то есть увеличение рыночной свободы.

**Обсуждение**

Для практической реализации приведенных рекомендаций предложен комплекс маркетинга (маркетинг-микс в модели 7P) развития образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения (табл. 4).

Таблица 4 — **Маркетинг-микс развития образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения**

| **Элемент комплекса маркетинга (маркетинг-микс)** | | **Маркетинговый подход к развитию образования** | **Маркетинговый подход к развитию здравоохранения** |
|---|---|---|---|
| P1 | Продукт | диверсификация образовательных услуг на бюджетной и платной основе на условиях высокого качества и уникальности, развитие цифрового образования и EdTech | развитие платных услуг здравоохранения на условиях высокого качества и инновационности; развитие телемедицины и MedTech |
| P2 | Цена | наращение бюджетных мест, децентрализация, ценообразование на платные услуги с учетом их воспринимаемой ценности | повышение доступности платных услуг здравоохранения для широких масс населения |
| P3 | Место продажи | развитие государственных университетов и укрепление их брендов | сетевизация, увеличение числа филиалов частных клиник для наиболее полного охвата территорий России |
| P4 | Продвижение | улучшение позиций в университетских рейтингах, укрепление связи с работодателями | клиентоориентированность, комплексный подход, гарантия качества, коллаборация государственных и частных клиник |
| P5 | Люди (маркетинг персонала) | расширение социальных гарантий, развитие удаленной занятости | поддержка гибкой занятости в государственных и частных клиниках |
| P6 | Процессы | опора на традиции, преемственность образования | обслуживание по принципу «одного окна» |
| P7 | Физическое окружение | цифровая образовательная среда | цифровая среда здравоохранения |

Согласно данным, предлагается следующий маркетинговый подход к развитию образования в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения. Продукт (P1): диверсификация образовательных услуг на бюджетной и платной основе на условиях высокого качества и уникальности, развитие цифрового образования и EdTech. Цена (P2): наращение бюджет-

ных мест, децентрализация, ценообразование на платные услуги с учетом их воспринимаемой ценности.

Место продажи (P3): развитие государственных университетов и укрепление их брендов. Продвижение (P4): улучшение позиций в университетских рейтингах, укрепление связи с работодателями. Люди (маркетинг персонала) (P5): расширение социальных гарантий, развитие удаленной занятости. Процессы (P6): опора на традиции, преемственность образования. Физическое окружение (P7): цифровая образовательная среда.

Рекомендуется следующий маркетинговый подход к развитию здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения. Продукт (P1): развитие платных услуг здравоохранения на условиях высокого качества и инновационности; развитие телемедицины и MedTech. Цена (P2): повышение доступности платных услуг здравоохранения для широких масс населения. Место продажи (P3): сетевизация, увеличение числа филиалов частных клиник для наиболее полного охвата территорий России. Продвижение (P4): клиентоориентированность, комплексный подход, гарантия качества, коллаборация государственных и частных клиник. Люди (маркетинг персонала) (P5): поддержка гибкой занятости в государственных и частных клиниках. Процессы (P6): обслуживание по принципу «одного окна». Физическое окружение (P7): цифровая среда здравоохранения.

**Выводы**

Статья раскрыла перспективы совершенствования маркетингового подхода к развитию образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения. На рынке услуг образования эти перспективы связаны с сохранением сложившегося масштаба государственного регулирования, в то время как на рынке услуг здравоохранения они заключаются в ограничении государственного вмешательства в рыночные процессы.

Научная новизна полученных результатов заключается в том, что они позволили разграничить маркетинговую деятельность на рынке услуг образования и на рынке услуг здравоохранения. Хотя в обоих случаях данная деятельность относится к некоммерческому маркетингу, впервые обоснованы его различия на рассматриваемых рынках по критерию разных последствий для них государственного вмешательства.

Вклад статьи в литературу состоит в уточнении научных положений теории некоммерческого маркетинга. Теоретическая значимость сделанных в статье выводов заключается в том, что они определили особенности маркетинг-микс развития образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях в поддержку импортозамещения. Практическая значимость предложенных рекомендаций по совершенствованию маркетингового подхода к развитию образования и здравоохранения в России в новых экономических условиях объясняется тем, что они поддерживают импортозамещение.

**Bibliographic list**

1. *Альбеков, А. У.* О развитии системы образования и подготовки кадров в сфере ПОД/ФТ на юге России // Финансовые исследования. — 2018. — № 4 (61). — С. 12–22.

2. *Афанасьева, М. Ф., Писарева, Е. В.* Социально-этичные стандарты маркетинга как элемент потребительской ценности вуза // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2021. — № 4 (76). — С. 93–99.

3. *Зубарева, Н. Н., Чисников, В. А.* Вопросы применения маркетинговых коммуникаций в привлечении и удержании потребителей в сегменте коммерческой медицины // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2021. — № 2 (74). — С. 41–47.

4. *Казакова, К. С.* Концептуальные основы маркетинга некоммерческих организаций. Экономика: вчера, сегодня, завтра. — 2021. — Т. 11. — № 2–1. — С. 115–126.

5. *Кузнецов, Н. Г., Родионова, Н. Д., Федько, В. П.* Маркетинг как инструмент решения задач кластерной политики // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2019. — № 4(68). — С. 44–51.

6. *Пржедецкий, Ю. В., Пржедецкая, Н. В., Борзенко, К. В.* Вклад маркетинга в развитие здравоохранения и борьбу с пандемией COVID-19: международный опыт и перспективы для России // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2020. — № 4 (72). — С. 76–81.

7. *Солянская, Ю. В.* Цифровой маркетинг — применение современных инструментов продвижения ретейла на региональном фармацевтическом рынке // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2021. — № 2 (74). — С. 139–143.

8. Explore the interactive database of WIPO Global Innovation Index 2021 indicators [Электронный ресурс]. — URL: https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator.

9. Health Care Index by Country 2022 Mid-Year [Электронный ресурс]. — URL: https://www.numbeo.com/quality-of-life/rankings_by_country.jsp?title=2022-mid&displayColumn=3.

10. Index of Economic Freedom 2022: Explore the Data [Электронный ресурс]. — URL: https://www.heritage.org/index/explore?view=by-region-country-year&u=637962697898021741.

11. *Sibirskaya, E., Oveshnikova, L., Popkova, E., Tarasova, I.* Remote education vs traditional education based on effectiveness at the micro level and its connection to level of development of macro-economic systems // International Journal of Educational Management. — 2019. — Т. 33. — № 3. — С. 533–543.

**Bibliographic list**

1. *Albekov, A. U.* On development of system of education and training in the field of AML/CFT in south of Russia // Financial Research. — 2018. — № 4 (61). — P. 12–22.

2. *Afanas'eva, M. F., Pisareva, E. V.* Socio-ethical standards of marketing as element of consumer value of university // Vestnik of RSUE (RINH). — 2021. — № 4 (76). — P. 93–99.

3. *Zubareva, N. N., Chisnikov, V. A.* Issues of using marketing communications in attracting and retaining consumers in segment of commercial medicine // Vestnik of RSUE (RINH). — 2021. — № 2 (74). — P. 41–47.

4. *Kazakova, K. S.* Conceptual foundations of marketing of non-profit organizations. Economics: yesterday, today, tomorrow. — 2021. — Vol. 11. — № 2–1. — P. 115–126.

5. *Przhedetsky, Yu. V., Przhedetskaya, N. V., Borzenko, K. V.* Contribution of marketing to development of healthcare and fight against COVID–19 pandemic: international experience and prospects for Russia // Vestnik of RSUE (RINH). — 2020. — № 4 (72). — P. 76–81.

6. *Solyanskaya, Yu. V.* Digital marketing — use of modern tools for retail promotion in regional pharmaceutical market // Vestnik of RSUE (RINH). — 2021. — № 2 (74). — P. 139–143.

7. Explore the interactive database of the WIPO Global Innovation Index 2021 indicators [Electronic resource]. — URL: https://www.globalinnovationindex.org/analysis–indicator.

8. Health Care Index by Country 2022 Mid–Year [Electronic resource]. — URL: https://www.numbeo.com/quality–of–life/rankings_by_country.jsp?title=2022–mid&displayColumn=3.

9. Index of Economic Freedom 2022: Explore the Data [Electronic resource]. — URL: https://www.heritage.org/index/explore?view=by–region–country–year&u=637962697898021741.

10. *Sibirskaya, E., Oveshnikova, L., Popkova, E., Tarasova, I.* Remote education vs traditional education based on effectiveness at the micro level and its connection to the level of development of macro–economic systems // International Journal of Educational Management. — 2019. — Vol. 33. — № 3. — P. 533–543.

*DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.016*

***Н. Р. Хачатурян***

# МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ И ПРОДВИЖЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

**Аннотация**

Статья содержит анализ сущности и значимости инструментария маркетинга в конкурентной борьбе высших учебных заведений нашей страны. Актуальность исследования обусловлена необходимостью технологической и инновационно направленной модернизации и обновления вектора деятельности вузов в соответствии с маркетинговой ориентацией на удовлетворение потребностей общества в качественном высшем образовании. Одновременно с этим обостряется конкурентная среда, несмотря на существенное сокращение количества вузов в нашей стране за последние семь лет, что вызвано ростом цифрового онлайн-образования и взаимодействием многих вузов и EdTech-компаний, что создает платформу для цифровой трансформации системы высшего образования. Проанализированы некоторые аспекты деятельности отечественных вузов в условиях рыночно ориентированной конкурентной среды. Установлено, что в таких условиях вузам необходимо предпринимать комплексные усилия и реализовывать маркетинговые инструменты продвижения собственных образовательных программ и услуг, тем самым формируя твердую почву для ведения конкурентной борьбы за каждого абитуриента и студента. Достижение цели исследования через призму решения поставленных задач позволило заключить, что маркетинговая концепция в конкурентной борьбе вузов предполагает ориентированность на каждого абитуриента и студента (клиента), что поможет сфокусироваться на понимании явных и скрытых потребностей целевого клиента для создания ценности и имиджа вуза.

**Ключевые слова**

Высшее учебное заведение, студент, клиент, маркетинг, конкурентное преимущество, борьба, система, анализ.

***N. R. Khachaturian***

# MARKETING TOOLS IN ACTIVITIES OF UNIVERSITIES AND PROMOTION OF EDUCATIONAL SERVICES IN COMPETITIVE ENVIRONMENT

**Annotation**

Article contains an analysis of essence and significance of marketing tools in competitive struggle of higher educational institutions of our country. Relevance of research is due to the need for technological and innovation-oriented modernization and updating of vector of activity of universities in accordance with marketing orientation to meet the needs of society in high-quality higher education. At the same time, competitive environment is intensifying, despite a significant reduction in number of universities in our country over the past seven years, which is caused by growth of digital online education and interaction of many universities and EdTech companies, which creates a platform for digital transformation of higher education system. Some aspects of activities of domestic universities in a market-oriented competitive environment are analyzed. It is established that in such conditions, universities need to make compre-

hensive efforts and implement marketing tools to promote their own educational programs and services, thereby forming a solid foundation for competition for each applicant and student. Achieving the research goal through the prism of solving the tasks set allowed to conclude that marketing concept in competitive struggle of universities assumes a focus on each applicant and student (client), which will help focus on understanding the explicit and hidden needs of target client to create value and image of university.

**Keywords**

Higher education institution, student, client, marketing, competitive advantage, struggle, system, analysis.

**Введение**

В системе высшего образования конкуренция не является самоцелью, само по себе не имеет значения, что сотрудники образовательного (ППС) учреждения конкурируют друг с другом. Конкуренция имеет принципиальный смысл, если и в какой-то степени она усиливает способность системы добиваться желаемых результатов. При этом в сфере высшего образования важно думать о достижениях во многом: о качестве научных исследований, о системе управления качеств преподавания, о гибкости в адаптации к новым задачам, о повышении эффективности использования ресурсов и финансовых средств, о направлениях цифровизации и применения инноваций в образовательном процессе.

Наша позиция согласуется с мнением ученого Ю. Ю. Платоновой относительно того, что обновление и инновационное развитие оказываемых образовательных услуг высшей школы неминуемо актуализирует коммерциализацию и селективность образовательного процесса в частности и высшего образования в целом, при этом неминуемо формируется ситуация падения уровня доступности высшего образования для малообеспеченных слоев общества [2]. Стимулы к производительности в системе конкуренции возникают из-за того, что дефицитные товары материального или нематериального характера в качестве вознаграждения за производительность выпадают тем, кто оказывается превосходящим в конкуренции с другими. Здесь важно учитывать, что научная деятельность, в первую очередь, основана на интересе отдельного ученого к познанию.

Тот, кто «занимается» наукой, обычно стремится добиться признания профессионального мира с помощью исследовательских достижений, не требуя для этого каких-либо внешних стимулов. Но это естественное стремление к производительности может получить сильный дополнительный импульс, если помимо репутации есть и другие премии: доход, должность, услуги, которые могут быть получены за счет производительности. Правила, которые систематически и эффективно устанавливают эту связь, составляют ядро конкурентной среды. В частности, такие правила также могут заставить людей не только участвовать в конкурентной борьбе для новых достижений, но и учреждения стремиться преуспеть в достижении высоких показателей эффективности перед другими образовательными учреждениями.

В ракурсе статьи ключевой целью является комплексное исследование условий и тенденций маркетингового сопровождения деятельности высших учебных заведений в условиях конкурентной борьбы. Достижение данной цели обусловило решение ряда задач, среди которых наиболее релевантными представляются теоретический очерк и анализ современного состояния использования маркетинга и средств маркетинговых коммуникаций в условиях конкурентной среды, исследование практических аспектов эксплуатации инструментария маркетинга на примере конкретных вузов Ростова-на-Дону.

Релевантным фактором в достижении конкурентных преимуществ, на наш взгляд, выступает инструментарий маркетинга. Различные средства маркетинговых технологий и коммуникаций, например сегментирование, позиционирование, продвижение), способствуют формированию вектора работы вуза с учетом отдельных индивидуализированных потребностей и запросов потенциальных потребителей образовательных услуг.

Всесторонний анализ литературных источников еще раз доказывает, что на сегодняшний день недостаточно конкретизирована дефиниция учеными категории конкурентные преимущества и конкурентоспособность высших учебных заведений, через призму маркетингового инструментария.

Достаточно емко данный вопрос рассмотрен в научной работе О. С. Баталовой, в которой автор заключает, что по сути конкурентные преимущества самого высшего учебного заведения отождествляются с «конкурентоспособностью будущего выпускника данного учебного заведения» [1]. Несомненно, важное значение в рамках рассматриваемой темы имеет тот факт, что с постепенным развитием потребительского рынка, технологий и глобализации, которые изменились с ростом уровня образования и коммуникации потребителей, также произошел ряд изменений в понимании качества высшего образования, что в итоге приводит к возникновению ориентации на потребителя, а именно — на полное удовлетворение потребностей потребителей образовательного продукта и услуги.

**Методы и материалы**

Определяющими аспектами при использовании конкретных методов анализа и исследования в рамках данной работы выступают характерные особенности исследовательских задач, решение которых позволит получить фундаментальные научно-практические результаты.

В настоящей статье применялись методики анализа и синтеза экономико-педагогической научной литературы по вопросам, освещенным в данной статье, наряду с опытно-экспериментальной работой, опирающейся на практическое изучение условий и факторов маркетинговой деятельности вузов, также в работе применялись некоторые элементы системного подхода, абстракции, сравнения и обобщения.

**Результаты**

Важным и обязательным условием действующей на опережение конкуренции является прозрачность системы образования. Прозрачность имеет ключевое значение для конкуренции в сфере высшего образования. Только если все участники знают, кто что делает, то есть могут сравнивать достижения учреждений и людей, они могут вести себя в соответствии с «правилами» конкурентной борьбы. Там, где отсутствует прозрачность из-за отсутствия воли и возможности для сравнительной оценки результатов исследований и обучения отдельных вузов, специальностей, институтов, конкурентный механизм вообще не может быть задействован. Это уже относится к еще одному ключевому элементу конкурентной системы, а именно к масштабам оценки. И в непосредственной связи со шкалами оценки последним ключевым элементом является правила распределения. С одной стороны, должны быть правдоподобные правила, правдоподобные механизмы премирования производительности. Но, с другой стороны, такие правила могут начать и поддерживать «соревнование», повышающее производительность, только в том случае, если существуют общепринятые критерии оценки достижений и показателей эффективности вузов.

Рассматривая зарубежный опыт конкурентной борьбы высших учебных заведений и колледжей, можно, например, отметить, что в немецкой системе высшего образования, в частности, существует индивидуальная конкуренция за репутацию исследователя в профессиональной общественности, за должности и ресурсы для исследований. Кроме того, если в не-

мецкой системе высшего образования в основном отсутствует институциональная конкуренция, то это потому, что ей не хватает отчасти прозрачности, отчасти необходимых возможностей для действий, отчасти стимулов к производительности. Для зарубежных учебных заведений, что касается области исследований, прежде всего важна роль «анонимного» научного сообщества, а также организаций и лиц, которые их представляют: научных общественных организаций, научных профессиональных обществ, учреждений, занимающихся финансированием исследований, а также издателей и рецензентов авторитетных журналов.

На сегодняшний день во многих отечественных университетах, в области преподавания, вопрос об признанных инстанциях и процедурах оценки учебных достижений создает особые трудности. Хотя, с одной стороны, можно назначить оценку образовательных достижений тем, кто учится, с другой стороны, тем, кто нанимает выпускников, таким образом, можно контролировать конкуренцию в области преподавания исходя из спроса. Именно в учебной области сконцентрированы особенности, которые необходимо учитывать в системе высшего образования, при ориентации на повышение конкурентоспособности.

Конкуренция за студентов, если ей не хватает надлежащих условий, может поставить под угрозу стандарты качества в преподавании и экзаменах.

Конкуренция за исследовательские ресурсы, может привести к бесполезному расходованию большого количества энергии и большого количества времени и финансов. Любая конкурентная система будет иметь в виду опасность таких неправильных действий. Конечно, суть соревновательного характера в конкурентной борьбе за абитуриента заключается в том, что не все могут быть первыми. Конкуренция, когда она создает пространство для особых усилий и вознаграждает за производительность, приводит к тому, что лучшие преподаватели и исследователи, лучшие институты и университеты выделяются в научном сообществе и формируют почву для привлечения как государственных заказов и грантов, так и частных хозяйственных договоров на осуществление научно-практических исследований.

Что касается применения средств маркетинговых коммуникаций в целях обеспечения узнаваемости и привлечения абитуриентов в условиях конкурентной борьбы, то здесь наблюдается разнонаправленная тенденция, которая проявляется в следующем: некоторые вузы используют рекламные кампании и средства продвижения образовательных услуг, применяют рекламу на радио и телевидении (например, ДГТУ), другие вузы не применяют практически никаких средств маркетингового продвижения и рекламы (например, РГЭУ (РИНХ)). Но при этом все ведущие вузы, находящиеся в г. Ростов-на-Дону, проводят профориентационную работу по привлечению абитуриентов, при этом данная работа сопровождается раздачей в школах, колледжах и иных образовательных организациях рекламных буклетов и размещением рекламной информации в виде рекламных листовок в вышеперечисленных образовательных организациях. Основная конкурентная борьба любого вуза направлена на привлечение большего количества абитуриентов и тем самым обеспечение достаточной учебной нагрузкой преподавателей за счет большего количества набора студентов, чтобы не допустить сокращения количества ставок или даже сокращения численности ППС. Несомненно, в конкурентной борьбе за студента более выигрышное положение, в первую очередь, занимают вузы, которые могут предоставить бюджетные места для обучения, а создание оптимального сочетания образовательных продуктов, адекватных цен, системы распределения бюджетных мест и удержания студентов является основной целью традиционного маркетинга в работе рассматриваемых организаций (имеется в виду создание

условий, при которых студент желал бы обучаться в данном заведении и далее, а именно в магистратуре, аспирантуре, ординатуре). Согласно результатам проведенного нами исследования, по мере повышения уровня образования потребители образовательных услуг, недовольные качеством образовательного процесса по итогам обучения основного высшего образования, далее зачастую не желают продолжать обучение в магистратуре или аспирантуре этого же учебного заведения, иногда отдавая предпочтение другим вузам, являющимся конкурентами. Таким образом, актуализируется релевантность в достижении лояльности потребителей образовательных услуг и образовательной продукции посредством применения инструментария маркетинга. В новой маркетинговой концепции развития отечественных вузов, необходима полная ориентация на потребителя, который воспринимает множество разных, но схожих по направлениям и специальностям вузов как своеобразный рынок, где каждый вуз имеет свои преимущества и недостатки, имеет конкретный уровень имиджа и транспарентности в социальной, политической, экономической среде.

**Обсуждение**

«Рыночная система» высшего образования в последние годы стала глобальной и доступной, что способствует тому, что клиенты (потребители-студенты) могут «приобретать» любой образовательный продукт или услугу из любой точки мира с учетом дистанционных технологий обучения, и это обстоятельство также обостряет конкурентную среду. С развитием как технологий, так и глобализации, поскольку весь мир стал своеобразным «рынком» возможностей для получения высшего образования, ожидания студентов также возросли, что приводит к необходимости ориентированного на клиента понимание в маркетинге вузов. В результате успехов развития технологий и глобальных разработок организационная структура некоторых вузов (где не имеется собственной службы маркетингового продвижения образовательных услуг и продуктов) будет вынуждена измениться, а маркетинг станет самой важной функцией, «опередив» иные функциональные направленности деятельности вузов. С другой стороны, следует помнить, что поскольку клиенты как люди всегда развиваются и меняются, ясно, что предприятиям необходимо постоянно проводить этот процесс и следить за своими клиентами. В новом маркетинговом понимании продажа только создание образовательной продукции и удовлетворение потребностей потребителей и получение прибыли (например, для коммерческих вузов) сегодня считаем недостаточными. Необходимо полностью удовлетворить его образовательными продуктами и услугами, созданными в соответствии с пожеланиями и потребностями самого общества. В противном случае вузам будет сложнее продолжать свое существование в современных конкурентных условиях. В связи с этим очевидно, что маркетинговое планирование должно начинаться с определения потребностей и потребителей и самого общества.

В конкурентной среде ценность каждого студента как клиента основана на восприятии потребителем образовательной услуги того, что он ожидает от образовательных продуктов, и того, что дает результат образования и наличие диплома о высшем образовании конкретного вуза.

На наш взгляд, создание ценности для клиентов (студентов) означает предлагать им больше, чем они ожидают, никогда не снижать качество, повышать его, избегать нереалистичных цен на образовательные продукты, пользоваться «благами» технологий и цифровизации. Наряду с этим сам ППС вуза должен понимать явные и индивидуальные потребности студентов, чтобы создать ценность для них, а также использовать маркетинг, НИОКР, научно-эмпирические исследования и разработки, менеджмент взаимоотношений в образовательном процессе.

**Выводы**

Руководство вузов, обеспечивая координацию между функциями, должно приходить к созданию новых образовательных продуктов и услуг, обновлению образовательных процессов, оборудования, тем самым модернизируя образовательные процессы, технологии и подходы, которые в итоге создадут полную удовлетворенность студентов и помогут сформировать лояльность общества чрез повышение имиджа высшего образования, в целом, доверия и имиджа вуза, в частности.

Как известно, в сфере бизнеса и предпринимательства для продолжения отношений необходимо, чтобы клиент всегда был доволен. Как признают сегодня почти все маркетологи, влиять на нового клиента стоит дороже, чем влиять на существующего клиента. Поэтому более важно не терять существующего клиента, чем привлекать внимание нового клиента. Ключом к тому, чтобы не потерять клиента, является удовлетворенность клиентов.

Аналогичным образом, считаем крайне важным сохранение деловой репутации и имиджа вуза в глазах студента, для формирования лояльности и последующего продолжения обучения на более высоких уровнях образования (магистратура, аспирантура, ординатура), наряду с применением инструментария маркетинга в процессе ознакомления общественности с самим вузом и направлениями образовательной деятельности и продвижением образовательных услуг, для дальнейшего формирования конкурентных преимуществ вуза.

**Библиографический список**

1. *Баталова, О. С.* Конкурентоспособность вуза на рынке образовательных услуг // Молодой ученый. — 2010. — № 10 (21). — С. 53–58.

2. *Платонова, Ю. Ю.* Маркетинг образовательных услуг как инструмент обеспечения конкурентоспособности государственного вуза : автореф. дис. к. пед. н. — СПб., 2007.

**Bibliographic list**

1. *Batalova, O. S.* Competitiveness of university in market of educational services // Young scientist. — 2010. — № 10 (21). — P. 53–58.

2. *Platonova, Yu. Yu.* Marketing of educational services as a tool to ensure the competitiveness of state university : abstract diss. for candidate of pedagogical sciences. — SPb., 2007.

# РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

*DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.017*

***С. В. Асриев, Е. Г. Берберова, И. А. Павленко***

## СОВРЕМЕННОЕ ВИДЕНИЕ ЗНАЧЕНИЯ И РОЛИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ

**Аннотация**

Исследование вопросов развития внутренних регламентов аудита в условиях действия на территории РФ МСА имеет смысл в направлении внутренней стандартизации аудита. Под такой стандартизацией следует понимать разработку правил и регламентов для системы внутреннего аудита компаний. Данная статья посвящена изучению и сущности и содержания внутреннего аудита как элемента системы управления бизнесом.

**Ключевые слова**

Внутренний аудит, регламенты внутреннего аудита, управление бизнесом.

***S. V. Asriev, E. G. Berberova, I. A. Pavlenko***

## CURRENT THINKING ON MEANING AND ROLE OF INTERNAL AUDIT IN BUSINESS MANAGEMENT

**Annotation**

Study of development of internal audit regulations, in conditions of operation of ISA on territory of Russian Federation, makes sense in direction of internal standardization of audit. Such standardization should be understood as development of rules and regulations for internal audit system of companies. This article is devoted to study of both essence and content of internal audit as element of business management system.

**Keywords**

Internal audit, internal audit regulations, business management.

**Введение**

Внутренний аудит в системе управления предприятием входит структурно в контрольную функцию менеджмента. Те компании, которые осознают целесообразность и значимость внутреннего аудита, а также имеют ресурсный потенциал для его внедрения в управленческую практику, как правило, уже не отказываются от него.

Крупные компании частного сектора и госкорпорации активно используют инструмент внутреннего аудита для повышения действенности системы внутреннего управленческого контроля. Внутренний аудит интересен, прежде всего, собственникам бизнеса для целей выявления нарушений внутри компании, а также для предметного профессионального общения с внешними аудиторами иными внешними проверяющими. Внутренний аудит служит своего рода средой контактов для субъектов внешнего контроля и данным предприятием. Кроме того, известно, что внешние аудиторы достаточно высоко оценивают на-

дежность контрольной среды предприятия, если в нем обнаруживается выстроенная система внутреннего аудита.

**Материалы и методы**

Исследование ряда современных публикаций [5, 6, 8, 9, 10, 11] позволило прийти к заключению, что факторами, вызывающими интерес компаний к внутреннему аудиту, являются следующие:

1. стремление собственников организаций к упорядочению бизнес-процессов как в текущем аспекте, так и в стратегическом плане;

2. наличие в бизнесе объективного, независимого от должностных лиц компании звена, которое будет обеспечивать информацией владельцев, а по их разрешению и высший менеджмент;

3. способность внутреннего аудита обеспечить высокую оценку системы внутреннего контроля в понимании внешних проверяющих;

4. наличие действенных практик, методик и схем организации внутреннего аудита, а также профессионалов, которые способны наладить эту систему внутри организации по запросу собственников;

5. элемент делового имиджа в глазах партнеров, например, когда выданная контрагенту (потенциальному контрагенту) экономическая информация заверена руководителем службы внутреннего аудита.

Такие выводы можно сделать в результате изучения сущности внутреннего аудита в современных условиях.

**Обсуждение**

Само понятие внутреннего аудита с организационной точки зрения, раскрывается в МСА 610 (пересмотренном) «Использование работы внутренних аудиторов», а точнее в данном стандарте приведено определение службы внутреннего аудита как осуществляющей «деятельность по обеспечению уверенности и консультационную деятельность, целью которой является оценка и повышение действенности процессов корпоративного управления организацией, управления рисками, а также процессов внутреннего контроля» [3]. Из этого следует, что под внутренним аудитом понимается часть организационного механизма предприятия, которая обеспечивает уверенность и проводит консультационную деятельность для целей оценки и повышения действенности процессов менеджмента, в частности, управления рисками, а также процессов внутреннего контроля. Иных упоминаний о внутреннем аудите в нормативных документах нет. При этом термин «внутренний аудит» достаточно глубоко исследован в литературе, его трактовки содержатся в текстах многих документов, издаваемых профессиональными сообществами аудиторов и бухгалтеров. Понятие же внутреннего контроля, воплощением которого может выступать внутренний аудит, содержится и Федеральном законе «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ [2], и в Бюджетном кодексе РФ [1] и в отдельных документах нижестоящих уровней нормативного регулирования. И, если в иных документах речь идет преимущественно о внутреннем контроле в системе государственных и муниципальных финансов, то в 402-ФЗ это понятие распространено на все организации.

Изучены более десяти трактовок понятия внутреннего аудита, приведенных в различных доступных авторам источниках. Наиболее авторитетными приняты подходы к определению, авторство которых принадлежит экспертам: ассоциации «Института внутренних аудиторов», аудиторской компании Ernst & Young, системы kontur.ru, Финансовой Академии «Актив», портала assistentus.ru, портала «Актион», Группы компаний «Аудит А», журнала «Планово-экономический отдел», ПАО «ГАЗПРОМ», ПАО «РОСТЕЛЕКОМ», ПАО «МегаФон» и др.

Анализ изученных трактовок позволил авторам предложить свой вариант определения внутреннего аудита.

Под внутренним аудитом следует понимать комплекс организационно-административных и контрольно-проверочных процедур, направленных на

выявление, предупреждение, предотвращение негативных экономических явлений и процессов и объективное информирование собственников бизнеса о текущем положении дел и деятельности должностных лиц.

Для того чтобы убедиться в справедливости отнесения рассматриваемой формы организации внутреннего контроля к категории аудита, следует обратиться к принципам, на которых должен строится внутренний аудит. Данные принципы раскрываются в работах многих современных авторов. Кроме того, Кодекс профессиональной этики аудиторов, одобренный Советом по аудиторской деятельности при Минфине РФ, содержит перечень принципов, которым должен соответствовать аудитор в широком понимании. Следует вывод, что внутренние аудиторы руководствуются теми же ключевыми принципами, что и внешние. Но в силу неурегулированности внутреннего аудита в такой степени, как внешнего, исследователям-теоретикам предоставлено право предлагать свое видение принципов внутреннего аудита. Раскроем их, дополнив более широкими комментариями и примерами.

1. Принцип честности. Указывает на соблюдение аудитором правил ответственного и ответственного отношения к своему делу. Внутренний аудитор своим примером и в общении с членами трудового коллектива должен выглядеть эталоном честного поведения при исполнении своих служебных обязанностей. При этом все остальные члены коллектива должны четко понимать, что при выявлении нарушений внутренний аудитор не будет их утаивать от собственников бизнеса;

2. Компетентность и профессионализм. Внутренний аудитор должен иметь квалификацию и компетентность, позволяющие ему не только быть на одном уровне с главным бухгалтером и главным экономистом предприятия, но и иметь потенциал для проверки их работы, вынесения обоснованных замечаний и формирования рекомендаций. Внутренний аудитор, по нашему мнению, должен иметь высшее образование уровня не ниже бакалавриата (а лучше специалитета, или магистратуры), не реже одного раза в год проходить дополнительное обучение по программам продолжительностью обучения не менее 32 часов или посвящать системному обучению не менее 72 часов в год, опыт работы его в экономических должностях не должен быть менее 10 лет.

3. Независимость от коллег по подразделению, от других сотрудников данной организации, от влияния третьих лиц на возможные результаты, декларируемые в отчетах внутреннего аудита.

Перечисленные принципы обеспечивают объективность внутреннего аудита в целом и объективность в исполнении своих обязанностей каждым внутренним аудитором.

4. Планирование. Деятельность внутреннего аудитора должна основываться на планировании по отношению к календарным периодам и специфике бизнес-процессов. Например, в работе предприятий, не имеющих ярко выраженной сезонности, планирование проверочных мероприятий может быть относительно равномерным в течение года. Если же деятельность сезонная, и есть необходимость более строго контроля в отдельные периоды в течение года, то и интенсивность проверочно-контрольных мероприятий планируется в привязке к объемам деятельности предприятия. Если говорить о сельскохозяйственных предприятиях, то особенно много усилий внутренние аудиторы должны прикладывать в процессе уборки урожая, если это строительный бизнес, то завершение строительных работ и подготовка акта их приемки-сдачи заказчику, также должны быть под пристальным вниманием аудиторов. При всем прочем планы аудиторов не должны разглашаться (принципы: честность, профессионализм и независимость), ведь проверочные действия могут привести к выявлению умышленных нарушений, а осведомленность проверяе-

мых может позволить им скрыть их тем, или иным способом.

5. Принцип стратегического подхода. Внутренние аудиторы должны быть посвящены в стратегические цели предприятия, иметь установки от собственников бизнеса по перспективам развития компании, некоторые из которых также могут составлять коммерческую тайну. Поэтому, проводя свои исследования, аудиторы должны давать оценку тому, как предприятие движется к достижению стратегических целей, показывая вероятные препятствия, выявляя риски и угрозы, исходящие из внутренней среды.

6. Принцип особенного статуса. Этот принцип позволяет аудиторам (при строгом соблюдении принципов честности, профессионализма и независимости) занимать положение наиболее приближенных к собственникам компании сотрудников. Они не вправе давать прямые указания иным должностным лицам и сотрудникам, но те, в свою очередь, понимают, что выводы, которые делают и предоставляют владельцам бизнеса, внутренние аудиторы, имеют для них первостепенное значение. Для внутренних аудиторов не существует тайн и недоступных участков учетной, плановой и прочей (производственной, сбытовой и т. д.) деятельности. Они имеют право проникать во все подразделения, запрашивать любую рабочую информацию, соблюдая корректность, наблюдать за выполнением работниками своих обязанностей.

7. Принцип содействия качественному выполнению трудовых функций членами коллектива. Внутренние аудиторы не должны нарушать установленный для сотрудников режим их работы, создавать препятствия в их работе, быть помехой для нормального хода бизнес-процессов. И все это при условии законности и целесообразности такой работы. Так, например, если наблюдение за процессом отпуска товара со склада оперативно выявило несоблюдение установленных правил, то аудитор фиксирует замечание в свою рабочую документацию, оперативно сообщает об этом руководителю структурного подразделения. Но (продолжая пример) вывести из помещения магазина всех покупателей или устроить обыск — это не те меры, которые могут быть использованы.

8. Принцип риск-ориентированного подхода. В современных условиях риск-ориентированный подход в менеджменте является приоритетным и наиболее востребованным. Это обусловлено высокой рисковой средой, в которой работает каждое предприятие. Несмотря на условия, которые создает сегодня государство для бизнеса, риски, исходящие из внешней среды, а также риски внутреннего характера создают массу вероятных и реальных угроз стабильности и экономической безопасности любого бизнеса. И внутренний аудит как один из значимых элементов информационно-контрольной системы управления бизнесом должен давать возможность своевременно выявлять риски, оценивать их угрозы и последствия, а в идеале — давать основания для предвидения развития рисковых ситуаций. Некоторые авторы именно этот принцип считают наиболее ценным с точки зрения содержания внутреннего аудита сегодня.

9. Принцип прогнозирования. Выявив, оценив, изучив, установив факты, нарушения, недочеты, риски, угрозы аудиторы должны давать основания для прогноза развития ситуации и положения предприятия в будущем. Возможно, служба внутреннего аудита получает задание от собственников по подготовке альтернативного аналитического отчета, порученного к составлению бухгалтерией. И тогда собственникам может понадобиться сравнить два подхода к составлению одного и того же документа. А далее служба внутреннего аудита получает задание подготовки прогноза развития на основании нескольких отчетов предшествующих периодов и других данных. Таким образом, чисто контролем внутренние аудиторы могут не ограничивать свои трудовые функции, их задачей может

быть и выполнение прогнозов экономического развития, экспертиза принимаемых решений на предмет их влияния на будущие экономические показатели.

10. Принцип содействия экономической безопасности и развитию. Любые действия собственников бизнеса, а тем более организация целой службы внутреннего аудита с соответствующими организационными и финансовыми издержками, ориентированы на сохранение и развитие предприятия. По этой причине соблюдение всех вышеперечисленных принципов приводит к выполнению данного принципа. Его можно выделить как итогового, воплощающего в себе цель внутреннего аудита.

Изложив принципы внутреннего аудита в авторской интерпретации, следует предложить их группировку по содержательному признаку:

– принципы 1, 2, 3, 4, 6 следует отнести к принципам, определяющим профессиональный статус внутренних аудиторов и качество их работы;

– принципы 5, 7 — это принципы влияния на деятельность предприятия;

– принципы 8, 9 и 10 следует выделить как указывающие на роль внутреннего аудита в системе управления предприятием.

Подмены внешнего аудита внутренним не происходит и не допускается, однако в аудиторской практике декларируется подход более высокой оценки надежности систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля, если существует служба внутреннего аудита. Это закреплено в упомянутом ранее МСА 610. Более того, сотрудничество и взаимодействие двух видов аудита на практике происходит весьма часто. Внутренние аудиторы выступают контактными лицами в работе с внешними аудиторами. Сравнительная характеристика внешнего и внутреннего аудита представлена в таблице 1.

Таблица 1 — **Сравнительная характеристика внешнего аудита и внутреннего аудита** [27, 34, 38, 39]

| **Характеристика** | **Внешний аудит** | **Внутренний аудит** |
|---|---|---|
| Организационная основа | Проводят сторонние независимые эксперты – профессиональные аудиторы | Проводит структурное подразделение самого предприятия |
| Финансовая основа | На основании договора об оказании услуг аудита | Зарплаты, ресурсное обеспечение наемных сотрудников |
| Правовое регулирование | Проводится в соответствии с законодательством об аудиторской деятельности, МСА и другими обязательными документами | Проводится по инициативе самого предприятия (собственники, высшие органы управления) на основании внутренних регламентов и положений |
| Цель | Выражение мнения о достоверности годовой финансовой отчетности, или заключение по иному вопросу, если речь идет о тематической инициативной проверке | Содействие экономической безопасности бизнеса и повышению эффективности работы предприятия |
| На кого ориентированы результаты | Внешние по отношению к предприятию субъекты | Прямо — собственники бизнеса, высший менеджмент. Косвенно — внешние аудиторы |
| Объекты аудита | Данные бухгалтерского финансового учета и годовая финансовая отчетность | Вся учетно-информационная система предприятия, бизнес процессы и ключевые показатели стратегических и оперативных планов |
| Характер проведения | Разовые проверки | Система периодических действий с планами их реализации в течение финансового года |

Следует отметить, что во внутренний аудит приходят кадры из системы внешнего аудита, профессионалов переманивают крупные компании. Здесь можно привести пример со службой внутренней безопасности организации, в которую приглашают на работу сотрудников правоохранительных органов, и это готовые профессионалы, способные принести реальную практическую пользу компании. Если внешние аудиторы уверены в качестве системы внутреннего аудита, то они могут, во-первых, снизить риски, сократить аудиторскую выборку, и как следствие, заложить в свою смету меньшие трудозатраты на проведение аудита. Последнее даст возможность сэкономить на услугах внешнего аудита.

Глобально задачу внутреннего и внешнего аудита можно объединить в том, что оба эти направления контроля направлены на выявление достоверной информации, оценку качества работы учетно-экономических подразделений компании. Но содержательно эти два направления аудита нельзя отождествлять.

Так, внешний аудит ориентирован на запрос внешних пользователей информации, он дает ответ на вопрос «достоверны ли данные годовой бухгалтерской отчетности, и, если нет, то в какой степени это может влиять на решения потенциальных партнеров?». Внутренний же аудит дает информацию собственникам, высшим органам управления предприятия о том, что реально происходит внутри компании, каких результатов она достигла и где кроются ключевые риски и угрозы дальнейшему функционированию и развитию.

**Выводы**

Выделив содержание внутреннего аудита, его принципы и отличительные характеристики по сравнению с внешним аудитом, следует отметить, что данный элемент контрольной функции менеджмента становится весьма эффективным и действенным в решении задач обеспечения качества учетной информации, содействия снижению хозяйственных рисков, повышения качества бюджетирования, выявления результативности работы структурных подразделений и отдельных должностных лиц, совершенствования действующей на предприятии практики учета, анализа и внутреннего контроля. В связи с этим продолжить исследования следует в направлении того, каким образом внутренний аудит может быть организован на предприятии для целей выявления наиболее эффективных подходов.

**Библиографический список**

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 01.07.2021).

2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. 26.07.2019).

3. Международный стандарт аудита 610 (пересмотренный, 2013 г.) «Использование работы внутренних аудиторов» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 09.01.2019 № 2н).

4. Аудит : учебник для бакалавров / под ред. А. Е. Суглобова. — 4-е изд., перераб. и доп. — М., 2020.

5. Внутрифирменные аудиторские стандарты (нюансы) [Электронный ресурс] — URL: https://nalog-nalog.ru/finansovyj_kontrol/vnutrifirmennye_auditorskie_standarty_nyuansy.

6. *Грабивчук, В. Я., Пивень, И. Г.* Внутренний аудит в современных условиях: кадровые вопросы и распределение обязанностей // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2021. — № 1–2 (52). — С. 86–88.

7. *Касьянова, С. А.* Аудит : учеб. пособие. — М., 2020.

8. *Кислов, Д. В.* Внутренний финансовый аудит: организация и проведение // Планово-экономический отдел. — 2020. — № 9. — С. 92–98.

9. *Нестерова, Н. В.* Внутренний аудит как инструмент управления экономическими рисками // Вестник науки. — 2021. — Т. 2. — № 10 (43). — С. 24–35.

10. *Никифорова, А. А.* Риск-ориентированный внутренний аудит // Аудит. — 2020. — № 11. — С. 29–32.

11. *Пивень, И. Г., Грабивчук, В. Я.* Внутренний аудит и его роль в системе внутреннего контроля // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2021. — № 1–2 (71). — С. 51–54.

**Bibliographic list**

1. Budget Code of Russian Federation № 145-FZ from 31.07.1998 (as amended on 01.07.2021).

2. Federal Law «On Accounting» from 06.12.2011 № 402-FZ (ed. 26.07.2019).

3. International Auditing Standard 610 (revised, 2013) «Use of work of internal auditors» (put into effect on territory of Russian Federation by Order of Ministry of Finance of Russian Federation dated 09.01.2019 № 2h).

4. Audit: textbook for bachelors / ed. by A. E. Suglobov. — 4th ed. — M., 2020.

5. Internal audit standards (nuances): [Electronic resource]. — URL: https://nalog-nalog.ru/finansovyj_kontrol/vnutrifirmennye_auditorskie_standarty_nyuansy.

6. *Grabivchuk, V. Ya., Piven, I. G.* Internal audit in modern conditions: personnel issues and distribution of responsibilities // International Journal of Humanities and Natural Sciences. — 2021. — № 1–2 (52). — P. 86–88.

7. *Kasyanova, S. A.* Audit : textbook. — M., 2020.

8. *Kislov, D. V.* Internal financial audit: organization and conduct // Planning and economic Department. — 2020. — № 9. — P. 92–98.

9. *Nesterova, N. V.* Internal audit as an instrument of economic risk management // Bulletin of Science. — 2021. — Т. 2. — № 10 (43). — P. 24–35.

10. *Nikiforova, A. A.* Risk-oriented internal audit // Audit. — 2020. — № 11. — P. 29–32.

11. *Piven, I. G., Grabivchuk, V. Ya.* Internal audit and its role in internal control system // Economics and Business: theory and practice. — 2021. — № 1–2 (71). — P. 51–54.

***DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.018***

***В. А. Багирян, С. Н. Гончарова***

## ИЗУЧЕНИЕ ВОПРОСОВ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

**Аннотация**

Статья направлена на исследование особенностей реализации принципов достойного труда в России в сфере занятости молодежи, а также поиск методов и рекомендаций, способствующих дальнейшему трудоустройству молодых специалистов на рынке труда. Решение крупномасштабных задач развития экономики в области инноваций предполагает более эффективное, использование как трудового, так и интеллектуального потенциала сотрудников в организациях, в частности, потенциала молодежи, как будущих трудовых кадров, являющихся основным источников, обновления имеющихся сотрудников, а также выступающих в качестве «генераторов» инновационных идей и мыслей. Благодаря глубокому изучению и мониторингу определены факторы, оказывающие влияние на развитие сферы занятости молодежи, рассмотрены императивы взаимодействия молодежи с рынком труда, а также разработан комплекс мер, обеспечивающий возможность трудоустройства молодежи с достойной оплатой и условиями труда. Выводы и обобщения исследования могут быть применены в практике руководителей организаций, банков, участников рынка с целью привлечения талантливой молодежи к труду и реализации принципов достойной работы в России в сфере занятости. Научная значимость заключатся в возможности активного использования результатов работы в процессе разработки реко-

мендаций, носящих практико-ориентированный характер, по реализации принципов достойного труда для молодежи в нашей стране на современном этапе развития экономики.

**Ключевые слова**

Занятость молодежи, рынок труда, трудоустройство, рабочие места, достойная оплата труда.

***V. A. Bagiryan, S. N. Goncharova***

## YOUTH EMPLOYMENT STUDY IN RUSSIAN FEDERATION IN MODERN MARKET CONDITIONS

**Annotation**

Article is aimed at studying the features of implementation of principles of decent work in Russia in the field of youth employment, as well as the search for methods and recommendations that contribute to further employment of young professionals in labor market. Solution of large-scale problems of economic development in the field of innovation involves a more efficient use of both the labor and intellectual potential of employees in organizations, in particular, potential of young people as future labor force, which are main sources of renewal of existing employees, as well as acting as «generators» innovative ideas and thoughts. Thanks to in-depth study and monitoring, factors influencing the development of youth employment have been identified, imperatives of youth interaction with labor market have been considered, and a set of measures has been developed to provide employment opportunities for young people with decent pay and working conditions. Conclusions and generalizations of study can be applied in practice of heads of organizations, banks, market participants in order to attract talented young people to work and implement the principles of decent work in Russia in field of employment. Scientific significance lies in possibility of actively using the results of work in process of developing practice-oriented recommendations for implementation of principles of decent work for young people in our country at the present stage of economic development.

**Keywords**

Youth employment, labor market, employment, jobs, decent wages.

**Введение**

В настоящее время реализация комплексных мер достойного труда для молодежи, рассматривается как серьезный вопрос, способный расширить занятость населения, создать новые, дополнительные рабочие места с достойными условиями труда. В связи с этим особую актуальность и значимость приобретает именно рассмотрение вопросов, касающихся решения практических проблем на государственном уровне в сфере занятости молодежи в России. В нашей стране достаточно полно осознается острота вопросов занятости молодежи, и принимаются меры по их реализации на государственном уровне. Вместе с этим следует отметить, что ориентация на достижение стратегических целей, касающихся вопросов трудоустройства современной молодежи является оперативной задачей, что предполагает реализацию определенных инструментов и механизмов.

В современном мире для устойчивого развития любой страны необходимо эффективное функционирование социально-трудовой сферы на основе принципов достойного труда. Становление и изучение вопросов достойного труда получило свое отражение как отечественных, так и зарубежных ученых-исследователей. Так, сегодня развитие социально-трудовых отношений имеет определенные черты:

– в связи с усилением глобализационных процессов рынок труда периодиче-

ски претерпевает изменения, в виде безработицы, усиления неравенства и др.;

– в результате трансформации техники и технологических процессов происходит так называемый «дисбаланс» между сектором рабочих и цифровых технологий под влиянием НТР;

– рост диверсификации форм занятости приводит к появлению новых профессиональных рисков.

**Материалы и методы**

Рассмотрение вопросов, касающихся особенностей реализации принципов и механизмов «достойного труда» показал необходимость предложения особых ключевых подходов и рекомендаций, способных сократить диспропорцию между спросом и предложениями на рынке труда, предоставить сотрудникам социальные гарантии труда, безопасность труда, усилить взаимодействие между вузами и будущими работодателями и др.

Таким образом, к таким *рекомендациям* предлагается отнести следующие:

– нормативно-правовые подходы;

– институциональные подходы;

– информационные методы;

– социально-экономические подходы;

– организационно-управленческие методы.

К нормативно-правовым подходам вопросы регулирования отношений между молодыми специалистами и работодателем. Данные подходы связаны с совершенствованием системы оплаты труда, заключенными договорами между молодыми работниками, обеспечивающие им права постоянного срока, защиты от увольнения, но при соблюдении сотрудником своих прямых обязанностей.

Институциональные подходы должны включать в себя целый комплекс мер, обеспечивающих баланс взаимодействия государственными службами занятости, образовательными организациями и частными агентствами в вопросе трудоустройства молодежи.

Информационные методы предполагают рассмотрение вопросов по поводу расширения информационных баз практик, мест трудоустройства, которыми могут впоследствии пользоваться выпускники вузов, молодые специалисты для достойного трудоустройства и носящих актуальный и достоверный характер.

Социально-экономические подходы представляют собой экономические инструменты в виде целевых программ, государственных субсидий, грантов, направленных на содействие трудоустройства молодежи. Данная поддержка особо актуальна для развития и поддержки молодежи, а также при реализации проектов в сфере малого предпринимательства.

Организационно-управленческие методы выступают в качестве ориентира между руководителями и подчиненными, соблюдения обеими сторонами всех гарантий, прав и обязанностей, координацией к выполнению определенных задач [1].

Анализ тенденций развития показателей оплаты труда для молодых специалистов и предложенный инструментарий в виде подходов и рекомендаций показали необходимость применения формулы в программах, посвященных трудоустройству молодежи, который рассчитывается по формуле:

$$Эi = \frac{F_i}{N_i} * 100\%$$

где $Э_i$ — эффективность от реализации Программы, в %;

$F_i$ — фактический индикатор, достигнуты в процессе реализации программы;

$N_i$ — нормативный индикатор.

Наряду с данной формулой можно рассчитать и интегральную оценку эффективности применяемой программы, которая может быть рассчитана по следующей формуле:

$$Эи = \frac{\sum_{i=1}^{G} \frac{Fi}{Ni}}{G} * 100\%$$

где $Э_и$ — эффективность реализации Программы, в %;

$G$ — количество индикаторов программы.

При расчетах необходимо иметь в виду следующее: если $Э_и$ находится в пределах 80–100 %, следовательно, эффективность реализации применяемой Программы оценивают как высокую.

**Результаты и обсуждение**

Понятие «достойный труд» широко рассматривалось разработчиками базы Концепции достойного труда Г. Филдсом, Г. Руденко, М. Мальковым, Д. Кузьменко, Г. Беккером, П. Жуковым, Е. Адаменко, К. Божко и др. В литературе этот термин характеризуется как справедливый, заслуживающий, подобающий. Однако до применения на практике «Концепции достойного труда» термин рассматривали в качестве объективной закономерности, отвечающей требованиям общества, их потребностям и запросам. В таблице 1 представлены трактовки авторов программ к понятию «достойный труд» [2].

Таблица 1 — **Трактовки авторов программ к понятию «достойный труд»**

| **Авторы, программы** | **Трактовка понятия «достойный труд»** | **Примечание** |
|---|---|---|
| Пилотная программа МОТ по реализации Концепции достойного труда | Это труд, который приносит адекватный доход и при этом оставляет время для других сторон жизни, предоставляет надежность семье, уважает права человека, дает право голоса и открывает дорогу социальной интеграции. Достойный труд – это путь, соединяющий социальные и экономические цели. | Достаточно емкое определение, которое может быть конкретизировано и развито в различных аспектах. Важный аспект: взаимосвязь экономических и социальных целей, достигаемая через механизм обеспечения прав и гарантий в сфере труда. |
| Концепция достойного труда МОТ | Производительный труд, который одновременно является свободным, безопасным, справедливо оплачиваемым, развивающим и не принижающим достоинство человека. | Категория интегрирует социальные и экономические аспекты труда, однако роль социального партнерства и диалога присутствует латентно как некий механизм достижения поставленных целей. |
| Международная конференция труда. (1999 год) | Возможность мужчин и женщин заниматься достойным и производительным трудом в условиях свободы, равенства, социальных гарантий и уважения человеческого достоинства | Развивает предыдущее определение достойного труда, конкретизирует его в аспекте проблематики гарантий, отсутствия дискриминационных практик. |
| Г.Филдс | Необходимость и возможность иметь работу, отвечающую трудовым стандартам и дающую возможность к повышению ее качества. | Определение сконцентрировано на соответствии «трудовым стандартам» (которые могут различаться в конкретных странах и принятом в нем трудовом законодательстве при наличии общей логики регулирования сферы труда). |
| Шаймарданов Н.З. | Это труд, который обеспечивает достойную заработную плату, соблюдение трудовых прав граждан, социальных гарантий и создание безопасных условий труда. | При емкости данного определения требуется дополнительно обоснование категории «достойная заработная плата». В данном случае можно выделить различные походы к определению величины такой заработной платы. |

Более детальное изучение принципов занятости молодежной политики возможно благодаря принятой Муниципальной программы «Молодежная политика и социальная активность».

Вопросами в области исследований трудовых ресурсов, трудовых отношений, трудоустройство, рассматривались в трудах как зарубежных классиков экономической науки, таких как А. Смит, К. Маркс, Дж. Кейнс, Ф. Эггер, Г. Филдс, Д. Гай, Д. Риккардо, так и отечественных ученых: И. В. Чернышев, К. Р. Булдаков, А. Н. Звегинцев и др.

Исследованию вопросов современных проблем в области занятости молодежи, реализации принципов труда населения посвящены труды Т. В. Гришиной, В. А. Руденко, Л. А. Якимченко, Д. В. Костиной, Е. К. Самойловой, Г. В. Грачевой и др. Однако, несмотря на тот факт, что вопросы, связанные с трудоустройством выпускников, находят свое отражение во многих научных трудах ученых, эти во-

просы являются достаточно животрепещущими, поскольку недооценка вопросов трудоустройства молодых специалистов влечет за собой появление серьезных проблем в виде роста безработицы, снижение уровня жизни, угрозы социальной безопасности, неэффективного использования потенциала будущих кадров, как следствие, отсутствие человеческого капитала [3].

Проблемы в сфере трудоустройства молодежи были рассмотрены еще в 2018 г. в рамках Инициативы МОТ, где со своим ежегодным докладом выступила Международная организация, отметив ряд вопросов, тесно связанных с необходимостью принятия мер на государственном уровне с целью продвижения занятости молодежи в качестве ориентиров процесса сферы труда. В настоящее время проблема занятости молодежи является одной из острых современного российского общества. Так, при подборе персонала большинство работодателей относятся с недоверием к молодым специалистам. При опросе экспертов были выделены причины недоверия работодателей к будущим специалистам (табл. 2) [4].

Таблица 2 — **Причины недоверия работодателей к будущим специалистам**

| № | Вариант ответа | % ответивших от общего числа экспертов |
|---|---|---|
| 1 | Отсутствие у молодых людей профессионального опыта | 65 |
| 2 | Недоверие (непонимание) уровня подготовки «неоконченное высшее» | 53 |
| 3 | Психологические качества молодых людей | 42 |
| 4 | Отсутствие у молодых людей жизненного опыта | 37 |
| 5 | Высокий уровень мобильности и динамичности молодых специалистов | 25 |
| 6 | Недостаток у молодых людей самостоятельности и ответственности | 12 |

Рассмотрение возможных направлений совершенствования политики трудоустройства молодежи в зарубежных странах применимо в качестве опыта по обеспечению достойного труда молодых специалистов в рамках молодежной политики в нашей стране [5]. Для проведения оценки понятия и состояния «достойного труда» необходимо рассмотрение в качестве не только качественного анализа, но и определении особых инструментов с целью применения на практике и избегания проблем с трудоустройством молодых специалистов в будущем [6].

В настоящее время проблема безработицы молодежи периодически претерпевает изменения. Во многом ученые связывают это с обучением обучающихся в образовательных организациях, что, как следствие, показывает невозможность одновременного совмещения работы и обучения. Совершенно справедливо, что любой руководитель предприятия хочет видеть у себя в организации уже готового, высококвалифицированного специалиста, и, как правило, с опытом работы в подобных организациях.

Согласно данным социологических исследований, руководители организаций в качестве приоритета при выборе молодых специалистов выделяют такие качества, как способность быстро и гибко адаптироваться к меняющимся условиям, креативно мыслить. По данным опроса молодежи 2019–2020 гг., проводимого МГУ имени М. В. Ломоносова, опыт работы находится на первом месте (55 % респондентов), готовность много работать (41 %), наличие высшего образования (34 %). Таким образом, работодатель хочет видеть квалифицированного специалиста с опытом работы, способного работать с полной отдачей сил. Сегодня успешное трудоустройство молодежи направлено на эффективное применение своих полученных навыков, компе-

тенций, а также непрерывное саморазвитие и профессиональное обучение [3].

Среди молодежи большинство занятых молодых специалистов сосредоточено в сфере экономики. На рисунке 1 представлена динамика занятости молодых специалистов по возрастным группам в сфере экономики [9].

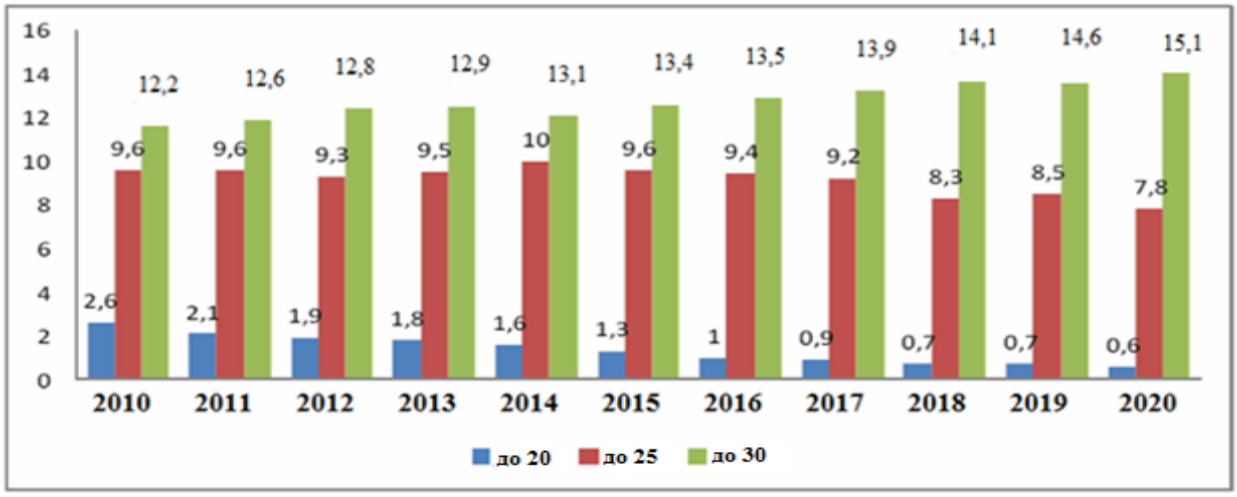


Рисунок 1 — **Динамика занятости молодых специалистов по возрастным группам в сфере экономики**

Занятость молодых специалистов разных возрастных групп также имеет свои особенности по распространенности на территории нашей страны. На рисунке 2 представлена структура занятости молодых специалистов по федеральным округам Российской Федерации в процентном соотношении [10].

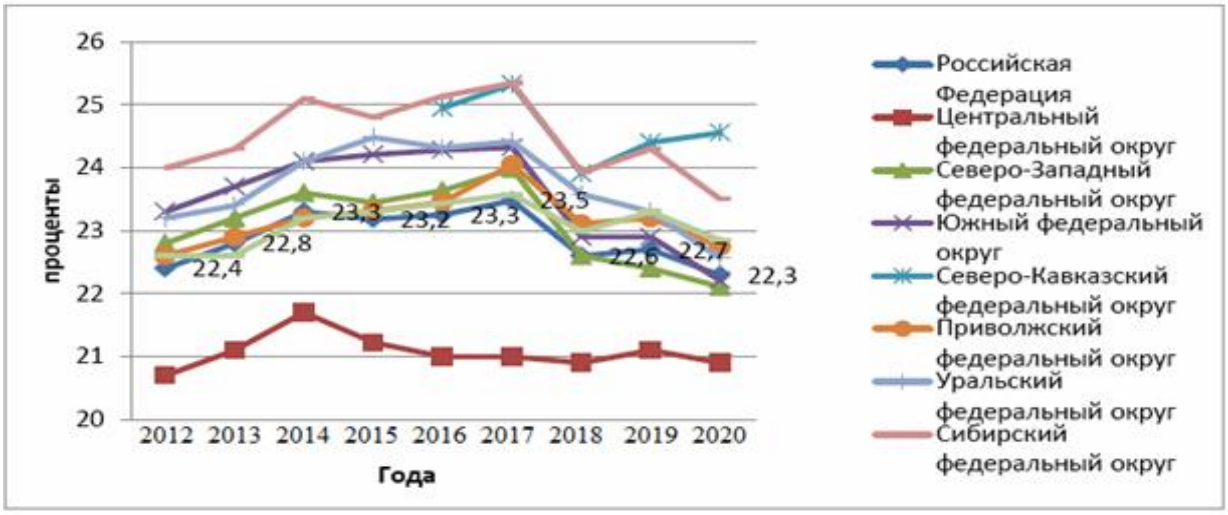


Рисунок 2 — **Структура занятости молодых специалистов по федеральным округам РФ, %**

Как уже было отмечено выше, в нашей стране имеются проблемы с трудоустройством молодежи. В России, как и во всем мире, уровень безработицы среди молодых специалистов имеет место быть, что свидетельствует об актуальности проблемы как базового принципа, сдерживающего развитие экономики как в РФ, так и во всем мире. На рисунке 3 представлен уровень занятости молодыми специалистами на основной работе [11].

Рисунок 3 — **Уровень занятости молодежи по основной работе**

Мировой опыт показывает, что наряду с востребованностью определенной категории молодежи в той или иной сфере бизнеса является неустойчивым показателем. Так, например, большинство руководителей предприятий предпочтительно настроены принимать на работу тех будущих специалистов, которые в прошлом имели определенный опыт работы в организациях похожего типа. На рисунке 4 представлен уровень безработицы молодых специалистов по определенным возрастным группам в процентном соотношении [12].

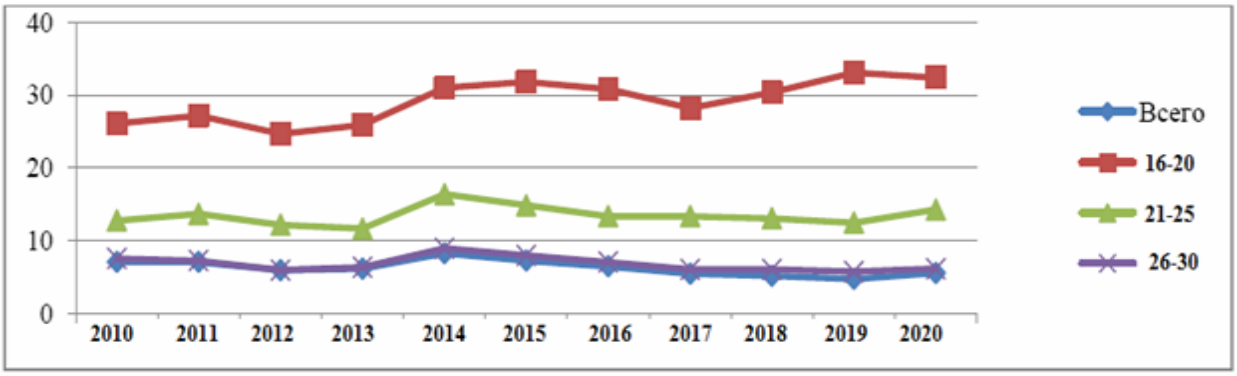


Рисунок 4 — **Уровень безработицы молодых специалистов по определенным возрастным группам, %**

Рынок труда ежегодно претерпевает глобальные изменения. Так, свои серьезные коррективы внесла пандемия 2020 г. Согласно ежегодному докладу Международной организации труда (МОТ), в 2020 г. 114 млн человек лишились своей работы. Аудиторско-консалтинговая сеть FinExpertiza выступила с данными 2020 г. о резком сокращении численности занятых среди экономически активного населения по всему миру. Так, уровень безработицы в Испании составил 16,1 % (3,7 млн человек), в Италии — 10,2 % (2,5 млн человек), в США 8,7 % (83 тыс. человек). В нашей стране 7,7 % молодых специалистов потеряли свою работу.

На рисунке 5 представлены данные о сокращении занятых среди молодежи в регионах России в 2020 г. [2]. Согласно данным наиболее резкое сокращение занятости среди молодежи наблюдается в Северной Осетии (19,9 %) и Амурской области (22,2 %).

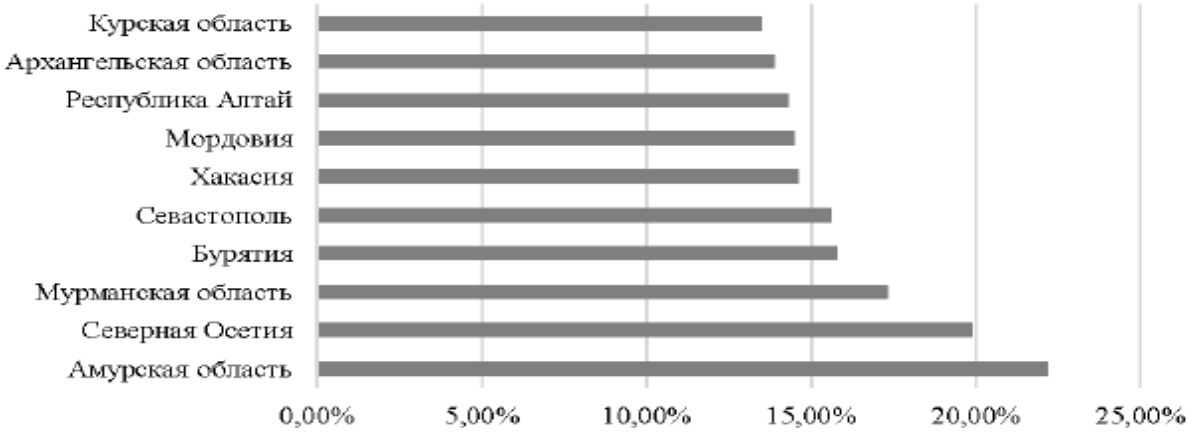


Рисунок 5 — **Сокращение занятости среди молодых специалистов в РФ в 2020 г.**

По данным Минтруда на конец 2020 г. в Российской Федерации было зарегистрировано 1,11 млн человек в качестве безработных из-за пандемии. Однако к середине 2021 г. ситуация стала заметно улучшаться. Согласно данным Росстата уровень безработицы на август 2021 г. составил 4,4 %, а к октябрю было отмечено заметное снижение уровня безработицы на 880 тыс. человек.

На рисунке 6 представлена доля безработных среди молодежи, потерявших работу в связи с пандемией в 2020 г. [3].

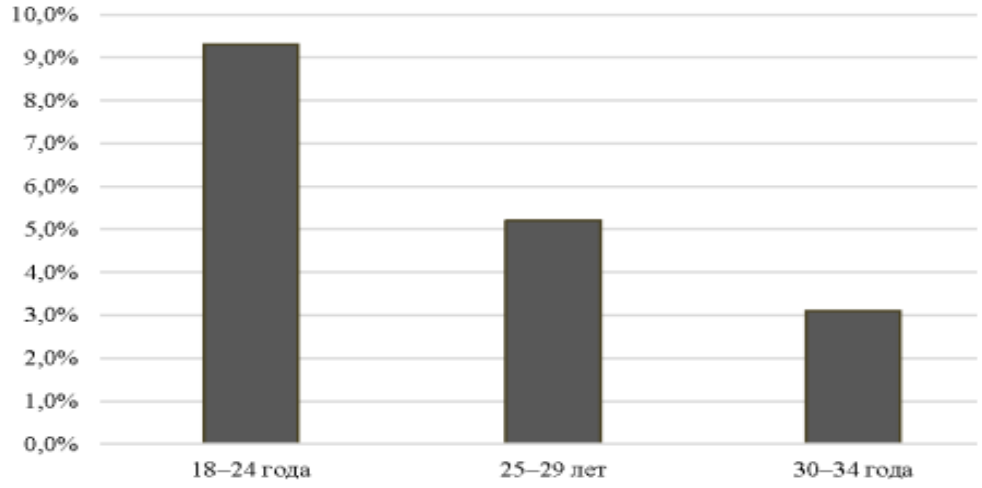


Рисунок 6 — **Доля безработных среди молодежи, потерявших работу в связи с пандемией в 2020 г.**

Вместе с этим по ежегодным обследованиям населения по проблемам занятости была выявлена закономерность о значительном преобладании доли занятой молодежи в таких сферах, как гостиничный бизнес, ресторанный бизнес, розничная торговля, а наименьшая доля занятых сосредоточена в таких сферах, как образование, здравоохранение, промышленность и т. д.

На рисунке 7 представлена структура занятой молодежи в различных сферах экономики. Как известно, одним из важнейших индикаторов достойного труда является справедливая и достойная оплата труда, и молодые специалисты здесь не исключение. Проведенный анализ показал, что зона «дефицита» или более низкой заработной платы в нашей стране характерно для возрастной группы до 20 лет.

Рисунок 7 — **Структура занятой молодежи в разных сферах экономики, %**

На рисунке 8 представлена средняя заработная плата в РФ в молодежном сегменте [10]. Для обеспечения достойного труда в России в сфере занятости молодежи необходимо применение комплексного подхода и определения особой политики, как в регионе, так и за его пределами. Для решения проблем, связанных с безработицей молодежи, с трудоустройством молодых специалистов, необходима реализация региональных, государственных программ, отражающих принципы достойного труда и экономического роста.

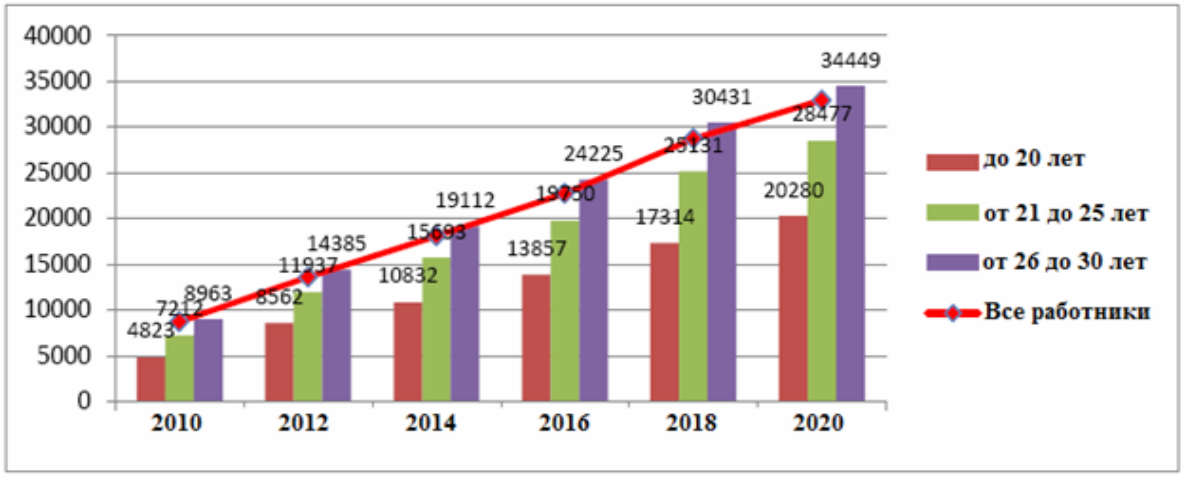


Рисунок 8 — **Средняя заработная плата в РФ в молодежном сегменте, руб.**

Меры по обеспечению элементов достойного труда в регионе реализуется в рамках функционирования различных институтов, таких как органы регионального управления, профсоюзные организации, студенческие кадровые агентства, центры занятости и др. В Ростовской области, как было нами было

отмечено ранее, проводится ряд мер, стимулирующих участие обучающихся, выпускников, в те или иные мероприятия, реализующие программы поддержки молодежи.

На рисунке 9 представлена структура программ, реализуемых в Ростовской области и ориентированных на участие молодежи по различным направлениям реализации [8].

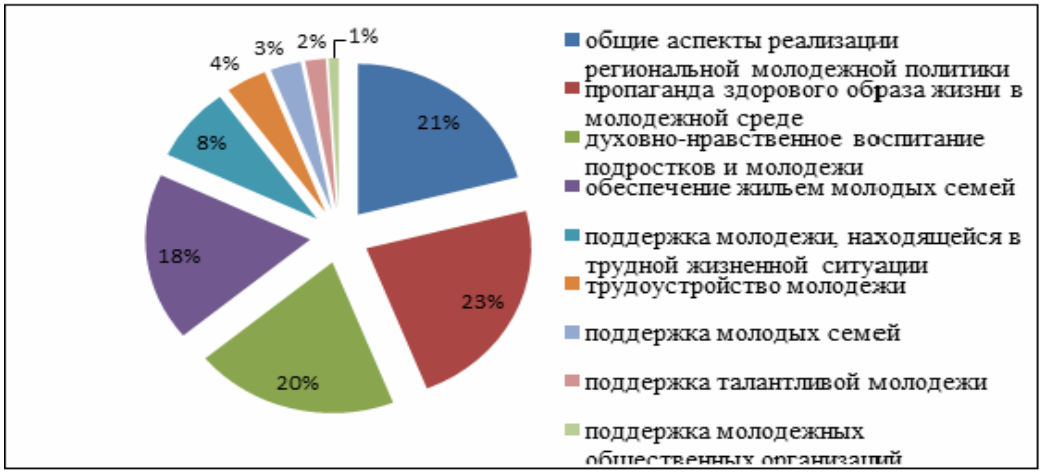


Рисунок 9 — **Структура программ, ориентированных на участие молодежи по различным направлениям реализации**

Одним из важнейших принципов достойного труда молодежи является доступность рабочих мест. При этом необходимо создавать условия по повышению конкурентоспособности на рынке труда для молодежи, этими направлениям должны выступать программы подготовки и переподготовки кадров, повышения квалификации, стажировки и др.

Анализ проблем, связанных с трудоустройством молодых специалистов, показал необходимость целесообразного применения особых механизмов, обеспечивающих доступность рабочих мест молодежи. Рассмотрим ряд вопросов, требующих более глубокого, серьезного изучения и внесения предложений по их решению: заработная плата; безопасность труда; социальные гарантии; профессиональное развитие; гарантии занятости.

Указанные вопросы необходимо раскрыть более подробно.

Согласно результатам опроса, проводимым руководителями предприятий, для молодых специалистов заработная плата является важным пунктом при трудоустройстве. Такими «маркерами» также ими названы престиж работы, профессиональны рост и др. На рисунке 10 представлены основные условия «достойной работы», по мнению молодежи [11].

Рисунок 10 — **Основные условия «достойной работы» по результатам опроса молодежи**

Еще одним пунктом рассматриваемых условий «достойного труда» для молодежи по результатам опроса является безопасность труда. Анализ данного вопроса показал, что при выборе той или иной работы для сотрудников безопасность труда на рабочем месте является важным критерием выбора организации. На рисунке 11 представлены условия удовлетворенности в организации для молодежи [6].

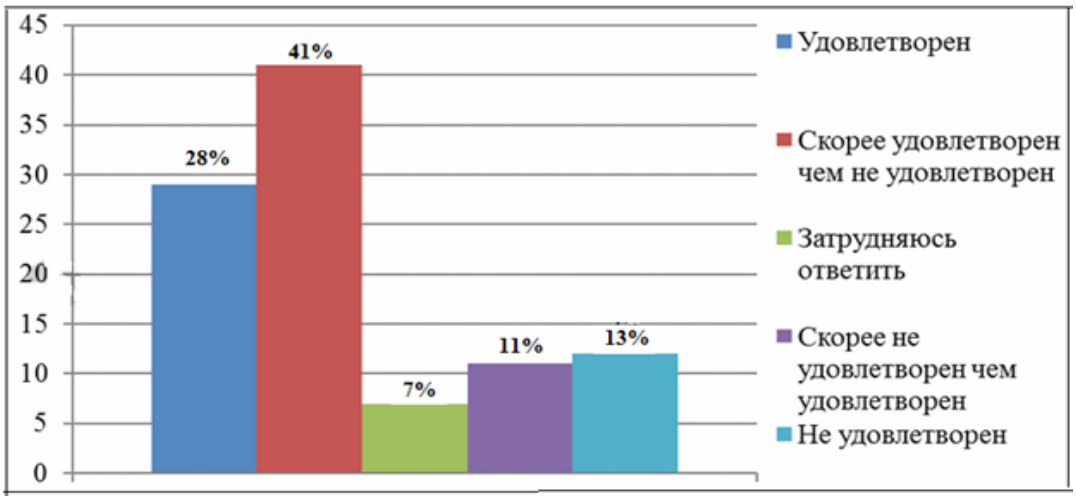


Рисунок 11 — **Удовлетворенность молодежи условиями труда на рабочем месте**

Следующим важным «маркером» удовлетворенности в организации для молодежи выступают предлагаемые организацией социальных гарантий. В данном вопросе речь идет о заключении с будущими сотрудниками трудовых договоров на неопределенный срок, о возможности вступать в профсоюзные организации и др. По данным опроса большинство респондентов также в качестве удовлетворенности работой называют возможность систематического повышения квалификации, прохождения стажировок, получения профессионального образования, получения новых трудовых знаний, умений и навыков. На рисунке 12 представлен опрос молодежи о видах трудового договора, заключенных с ними [9].

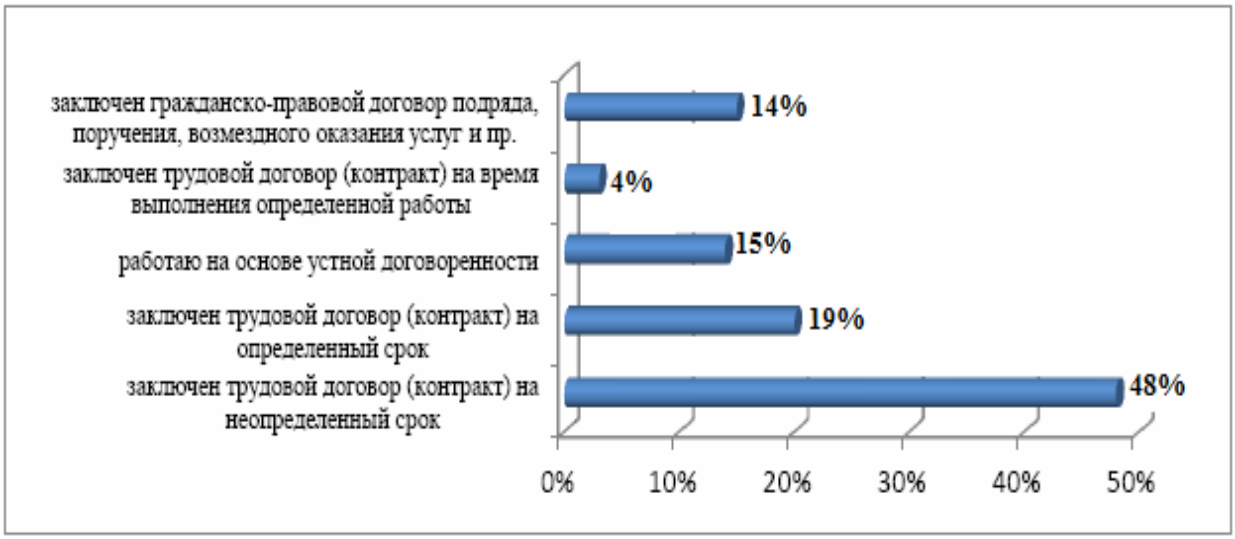


Рисунок 12 — **Опрос молодежи о видах трудовых договоров, заключенных с молодыми специалистами**

Как уже было отмечено выше, профессионально развитие также является результативным направлением при выборе не только рабочего места, но и будущей профессии. При этом гарантии занятости также должны учитываться работодателем, поскольку это позволяет сотрудникам продвигаться по карьерной лестнице, достигать новых «высот» в работе и приносить прибыль и успех всей компании в целом.

На рисунке 13 представлены основные факторы, влияющие на эффективную трудовую деятельность молодых специалистов согласно проведенному опросу руководителями организаций [5].

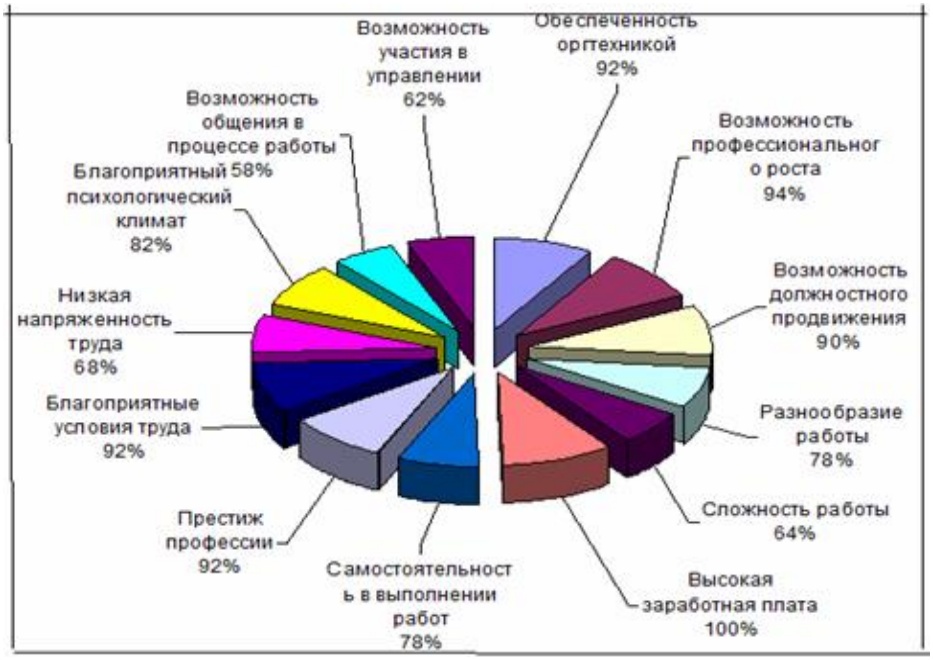


Рисунок 13 — **Основные факторы, влияющие на эффективность работы на предприятии**

Во всем мире вопрос трудоустройства молодежи, уровень безработицы среди молодых специалистов остается особо актуальным и указывает на необходимость более глубокого, более детального изучения данной актуальной проблемы по обеспечению доступности рабочих мест молодежи, выступающей в роли базиса нашего современного общества.

**Выводы**

В результате проведенного глубокого анализа и исследования принципов реализации экономического роста «достойного роста» в сфере занятости молодежи предложены методы, подходы и рекомендации по преодолению кризисных ситуаций, связанных с безработицей молодежи, нежеланием работодателей принимать молодых специалистов на работу с невысокой оплатой труда.

Определены возможности трудоустройства молодежи и рассмотрены условия удовлетворенности молодых специалистов условиям труда на рабочем месте. В ходе изучения вопросов об экономическом росте «достойного труда» были определены основные факты, влияющие на эффективность работы в организациях, предложены формулы для расчета и оценки эффективности применяемых программ. Предложенные рекомендации могут решить такие задачи, как снижение уровня безработицы среди молодежи, создание новых условий труда и новых рабочих мест для молодых специалистов, безопасных условий труда для будущих сотрудников, построение рациональных отношений между выпускающими образовательными организациями и будущими работодателями.

**Библиографический список**

1. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. (утв. распоряжением Правительства РФ от 08.12.2011 № 2227-р).

2. Стратегия развития молодежи Российской Федерации до 2025 г.

3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — URL: http://www.gks.ru.

4. *Цыганкова, И. В.* Гибкие формы занятости на молодежном рынке труда // Вестник ИНЖЭКОНА. Сер. Экономика. — 2019. — № 6. — С. 16–24.

5. *Федченко, А. А.* Концептуальные основы достойной заработной платы // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Экономика и управление. — 2020. — № 1. — С. 119–125.

6. *Янченко, Е.В.* Трансформации социально-трудовых отношений // Труд и социальные отношения. — 2019. — № 2. — С. 23–32.

7. Концепция молодежной политики ФНПР [Электронный ресурс]. — URL: http://www.msfnpr.ru/article/4/koncepciya-molodezhnoi-politiki-fnpr.

8. *Котляров, И. Д.* Нестандартные формы занятости // Общество и экономика. — 2020. — № 1–2. — С. 203–218.

9. *Кудрин, А. С.* Реализация концепции достойного труда в современной России: социологический анализ // Вопросы управления. — 2020. — № 3 (28). — С. 206–211.

10. *Коруненко, В. Д.* Современные требования, предъявляемые к молодым специалистам на рынке труда // Российский журнал менеджмента и качества. — 2021. — № 5. — С. 32–46.

11. Неустойчивость занятости: особенное и общее с учетом интеграционных усилий государства и общества. — М., 2021. — С. 448.

12. Программа ФНПР «Достойный труд — основа благосостояния человека и развития страны» [Электронный ресурс]. — URL: http://www.fnpr.ru/n/249/6183.html.

**Bibliographic list**

1. Strategy of innovative development of Russian Federation for period up to 2020 (approved by Decree of Government of Russian Federation from 08.12.2011 № 2227-r).

2. Strategy of youth development of Russian Federation until 2025.

3. Federal State Statistics Service [Electronic resource]. — URL: http://www.gks.ru.

4. *Tsygankova, I. V.* Flexible forms of employment in the youth labor market // Bulletin of INJEKON. Ser. Economy. — 2019. — № 6. — P. 16–24.

5. *Fedchenko, A. A.* Conceptual foundations of decent wages // Bulletin of Voronezh State University. Ser. Economics and management. — 2020. — № 1. — P. 119–125.

6. *Yanchenko, E. V.* Transformations of social and labor relations // Labor and social relations. — 2019. — № 2. — P. 23–32.

7. Concept of youth policy of FNPR [Electronic resource]. — URL: http://www.msfnpr.ru/article/4/koncepciya-molodezhnoi-politiki-fnpr.

8. *Kotlyarov, I. D.* Non-standard forms of employment // Society and economics. — 2020. — № 1–2. — P. 203–218.

9. *Kudrin, A. S.* Implementation of concept of decent work in modern Russia: sociological analysis // Management issues. — 2020. — № 3 (28). — P. 206–211.

10. *Korunenko, V. D.* Modern requirements for young professionals in labor market // Russian Journal of Management and Quality. — 2021. — № 5. — P. 32–46.

11. Instability of employment: special and general, taking into account the integration efforts of state and society. — M., 2021. — P. 448.

12. FNPR program «Decent work is basis of human well-being and development of country» [Electronic resource]. — URL: http://www.fnpr.ru/n/249/6183.html.

*DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.019*

***Е. А. Данченко, И. А. Шлыкова***

# ОТТОРГАЕМАЯ ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК ОСОБЫЙ ВИД ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

**Аннотация**

Актуальность исследования в области финансовой грамотности населения приобретает особое значение в условиях нестабильности экономики и сложно прогнозируемого ее направления развития. Необходимость перехода к рациональному потреблению слоев населения с низким и средним уровнем дохода в условиях роста инфляции становится очевидной ввиду невозможности оперативной индексации доходов данных слоев населения. Целью статьи является выявление базовых аспектов для разработки модели обучения населения основам обращения с финансами, а также формирования практических навыков составления личного бюджета, проведение анализа собственных доходов и расходов, выявления приоритетов и разработка плана достижения желаемого результата скрытыми формами воздействия на поведение. Снижение хаотичного иррационального потребления людьми с отторгаемой финансовой грамотностью снижает социальную напряженность, уровень преступности за счет оптимизации расходов и источников доходов. При этом особенностью обучения данного типа населения становится не геймификация, а корректировка модели через лидерство и скрытое лидерство. Сделан вывод о необходимости расширения инструментов повышения финансовой грамотности на основе группировки по критериям восприятия внешних условиях проживания, а также уровню вовлеченности в социальную жизнь. Исследование причин поведения населения с отторгаемой финансовой грамотностью позволит сформировать многоуровневый комплекс мероприятий по формированию активного участника общественных финансов, который может разглядеть все возможные резервы и обратить их в результат.

**Ключевые слова**

Финансовое поведение, финансовая грамотность, врожденная финансовая грамотность, приобретенная финансовая грамотность, отторгаемая финансовая грамотность.

***E. A. Danchenko, I. A. Shlykova***

# REJECTED FINANCIAL LITERACY OF POPULATION AS SPECIAL TYPE OF FINANCIAL BEHAVIOR

**Annotation**

Relevance of research in the field of financial literacy of population is of particular importance in conditions of instability of economy and its difficult to predict direction of development. Need to switch to rational consumption of low- and middle-income segments of population in conditions of rising inflation becomes obvious due to the impossibility of operational indexing of incomes of these segments of population. Purpose of study is to identify the basic aspects for developing a model of teaching the population the basics of financial management, as well as formation of practical skills in personal budgeting, analyzing their own income and expenses, identifying priorities and developing a plan to achieve the desired result by hidden forms of influence on behavior. Reducing chaotic irrational consumption by people with rejected financial literacy reduces social tension, crime rate by optimizing expenses and sources of income. At the same time, the peculiarity of training of this type of population is not gamification, but adjustment of model through leadership and hidden leadership. It is concluded that it is necessary to expand the tools for improving financial literacy based on grouping by criteria of perception of external living conditions, as well as level of involvement in social life. Study of

causes of behavior of population with rejected financial literacy will allow us to form a multi-level set of measures for formation of active participant in public finance, who can see all possible reserves and turn them into a result.

**Keywords**

Financial behavior, financial literacy, innate financial literacy, acquired financial literacy, rejected financial literacy.

**Введение**

Разработанная и внедряемая система мероприятий повышения финансовой грамотности основана на спонтанном образовании, которое заключается в создании такой институциональной среды, которая различными способами воздействует на гражданина, косвенно способствуя его финансовому образованию [10].

Данные исследования и разработки получили широкое распространение и внедряются образовательными и финансовыми институтами с целью повышения финансовой грамотности населения, отличающегося восприимчивостью к новой и полезной информации, но важной проблемой финансового просвещения остается то, что процесс обучения управлению личными финансами охватывает группы лиц, которые осознают необходимость обучения. У данной части населения сформировано представление о необходимости получения знаний и навыков, а, следовательно, они более восприимчивы к любой форме обучения. Поиск методов обучения, формирование и развитие навыков управления личным бюджетом у данной группы становится приоритетом в условиях перехода рыночной экономики к эффективной экономической модели.

Перед научным сообществом остается важная проблема вовлечения в процесс финансового образования группы населения, которой свойственно отторжение финансовой грамотности.

По оценкам педагогов, около 20 % школьников, обучающихся в общеобразовательной школе (обязательный уровень образования 9 классов), активно вовлечены в учебный процесс и могут быть отнесены к группе с потенциально врожденной финансовой грамотности или к группе населения, которая может приобрести финансовую грамотность в процессе жизни.

Таким образом, с небольшой погрешностью можно рассматривать, что порядка 80 % выпускников 9-х классов будут отторгать финансовую грамотность при отсутствии воздействия на них общества и/или педагогов в профессиональных учебных учреждениях.

Результатом отторжения финансовой грамотности становится рост количества граждан (включая индивидуальных предпринимателей), признанных банкротами или имеющих повышенную долговую нагрузку, негативно влияющую на устойчивость денежного обращения. По данным опросов адвокатов, основными причинами инициации процедур банкротств является снижение доходов, относительная доступность процедуры банкротства, рост долгов и информированность населения страны о возможности освободиться от долгов через такую процедуру [6, 12]. В 2021 г. признано банкротами 192 846 граждан, что на 62 % больше, чем в 2020 г. Рост замедлился, по сравнению с предыдущим годом, в 2020 г. число банкротств граждан выросло на 72,6 % к 2019 г. [13]. За период существования процедуры потребительского банкротства, с 1 октября 2015 г. по 31 декабря 2021 г. несостоятельными стали уже 475 126 граждан [13]. Однако в марте-апреле 2022 г. в картотеке арбитражных дел России зарегистрировано 62 341 дел о банкротстве.

Рост банкротств обозначил необходимость введения в рамках пакета мер поддержки населения моратория на банкротства, однако данная мера касается заявлений, поданных конкурсными кредиторами. Это формирует гипотезу исследо-

вания, заключающуюся в необходимости разработки методов воздействия на поведение людей с отторгаемой финансовой грамотностью с целью выработки у них привычки рационального использования имеющихся у них ресурсов за счет разработки многоступенчатой процедуры работы с отторгаемой финансовой грамотностью, которая заключается в идентификации типа отторжения финансовой грамотности и терапии-обучении.

**Теоретическая база**

В процессе разработки методов корректировки модели финансового поведения у населения с отторгаемой финансовой грамотностью будем использовать следующую теоретическую базу. Финансовая грамотность — умение применять знания в области экономики и финансов. Как было определено в ранних исследованиях, финансовая грамотность может быть врожденной, приобретенной и отторгаемой [8].

Врожденная и приобретенная финансовая грамотность тесно взаимосвязаны и в процессе жизни часто дополняют друг друга. Самым сложным случаем для экономики является третий вид — отторгаемая финансовая грамотность.

Под отторгаемой финансовой грамотностью можно понимать отторжение знаний не вследствие физических или умственных отклонений развития, а в результате психологической незрелости, проявляющейся в подсознательном нежелании личности вступать в самостоятельную жизнь и принимать рациональные решения, направленные на финансовую устойчивость [8].

Для определения эффективного метода воздействия на поведение населения необходимо выявить причины, по которым финансовая грамотность может отторгаться. Черты нигилизма или страх конформизма, которые проявляются в частичном или полном нежелании подчиняться нормам и правилам, принятым в обществе, могут быть характерными чертами части населения, отторгающими финансовую грамотность. Данный тип личности может не признавать лидеров, общепринятых правил, моделей поведения, в том числе финансового, внимание сфокусировано только на собственной личности. С другой стороны, отторжение общих норм жизни заставляет носителей черт конформизма игнорировать традиционные формы получения дохода, не сокращая при этом расходы на поддержания имиджа отстраненности от общества. Для данной группы населения необходима тщательная, более продуманная схема корректировки модели потребления, которая не будет связана с навязыванием лидерства или эталонов. В данном случае корректировка модели финансового потребления возможна через скрытое лидерство.

Другими причинами отторжения базовых норм финансового поведения может быть инфантилизм и врожденная[1] или приобретенная децидофобия. В случае децидофобии необходима корректировка модели через лидерство для населения, которое не приучено брать ответственность на себя и копируют поведение признанного ими лидера. В таком случае определяется несколько лидеров, которые демонстрируют и на своем примере приучают данную группу людей к рациональным расходам и оптимизации доходов.

**Методы**

Основным методом исследования стало изучение модели поведения личности и ее способность воспринимать инструменты управления личными финансами, а также применять основы финансовой грамотности на практике.

При этом проведены опросы педагогов школы, репетиторов, занимающихся дополнительным образованием школьников разных классов, что позволило сформировать представление о разнообразии степени вовлеченности учеников в образовательный процесс и вероятности использования теоретических знаний на практике.

[1] Большинство научных школ относит децидофобию к приобретенной форме расстройства, однако мы будем предполагать, что страх принятия решений может быть врожденной чертой характера человека.

Дополнительно были использованы материалы, полученные в ходе опроса студентов колледжа и РГЭУ (РИНХ), проведенные в 2017 г. [7].

**Результаты**

В исследованиях определена необходимость выявления причин отторжения финансовой грамотности, что позволит определить необходимость работы психолога с целью устранения барьеров и страхов перед самостоятельным принятием решений. С другой стороны, при определении невозможности работы с психологом, характеристики и особенности интересов личности позволят сформировать представление о возможности воздействия на финансовое поведение через увлечения: фильмы, передачи, рекламу в социальных сетях, которые будут разрабатываться с участием психологов и специалистов по финансовому поведению населения.

При вовлечении лиц с отторжением финансовой грамотности в связи с полным или частичным отрицанием норм и моделей рационального финансового поведения и лиц, с врожденной или приобретенной децидофобией или инфантилизмом, нельзя применять идентичные методы финансового просвещения.

Ведение личного бюджета, а также работа с финансовым тренером (консультантом/преподавателем) в первом случае будет носить формальный характер. Во втором случае будут эффективны только после работы со специалистами, которые устранять страх принятия самостоятельных решений.

**Выводы**

Основная проблема в области повышения финансовой грамотности заложена в группе с отторгаемой финансовой грамотностью. Представителей данной группы трудно вовлечь в какой бы то ни было процесс обучения, так как любой вид учения у них отторгается.

Идентификация вида отторгаемой финансовой грамотности может проводиться школьными психологами. Это позволит отобрать население с отторгаемой финансовой грамотностью в результате децидофобии и проработать ее причины. Теоретически это позволит перевести часть школьников из разряда «носители поведения отторгаемой финансовой грамотности» к группе «склонные к приобретаемой финансовой грамотности населения». Работа с взрослым населением также должна проводиться с соблюдением все этапы развития личности от идентификации вида и типа отношения личности к финансовой грамотности до изменения статуса с «носители поведения отторгаемой финансовой грамотности» к группе «склонные к приобретаемой финансовой грамотности населения».

**Библиографический список**

1. *Semenyuta, O. G., Urazova, S. A., Danchenko, E. A., Zolotareva, O. A.* Formation and prospects of new banking organization models // Modern Global Economic System: Evolutional Development vs. Revolutionary Leap. Cham, 2021. — P. 2121–2129.

2. *Van der Cruijsen, C., Diepstraten, M.* Banking Products: You Can Take Them with You, So Why Don't You? // Journal of Financial Services Research. — 2017. — № 52 (1–2). — P. 123–154.

3. *Vovchenko, N. G., Galazova, S. S., Danchenko, E. A., Ivanova, O. B., Kostoglodova, E. D.* Improvement of financial literacy as a crucial factor of economic development // European Research Studies Journal. — 2018. — Т. 21. — № 4. — P. 16–24.

4. Финансовая грамотность как фактор повышения благосостояния населения / О. В. Богомолова, Р. И. Мамедова, А. Э. Скотников, С. Н. Часовников// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2016. — № 1–3. — С. 380–383.

5. *Боровая, С. Л., Аксютина, С. В.* Формирование финансовой грамотности населения : моногр. — Вологда, 2022.

6. *Бондаренко, В. А., Гузенко, Н. В.* Вопросы достаточности финансирования научных исследований в России в аспекте нацеленности экономики на инновационное развитие // Финансовые исследования. — 2020. — № 2 (67). — С. 171–178.

7. *Данченко, Е. А. Лисютенко, О. Ю. Курбанов, И. А.* Анализ поведения потребителя на рынке банковских продуктов и услуг: тенденции и направления // Финансовые исследования. — 2017. — № 2. — С. 38–46.

8. *Данченко, Е. А., Шлыкова, И. А.* Проблемы и перспективы повышения финансовой грамотности молодежи // Региональная экономика: теория и практика. — 2018. — Т. 16. — № 6 (453). — С. 1041–1051.

9. *Добролежа, Е. В., Жукова, А. Е.* Финансовая грамотность как один из инструментов повышения доступности лизинговых продуктов // Инновационный потенциал банковской деятельности в цифровой экономике : сб. материалов V Междунар. науч.-практ. конф. — Ростов-на-Дону, 2020. — С. 272–276.

10. Развитие научно-методического инструментария распространения финансовых знаний в обществе / К. В. Кочмола, Е. Н. Алифанова, И. Н. Ефременко, Ю. С. Евлахова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. — 2011. — № 12. — С. 13–19.

11. Цифровая грамотность для экономики будущего. — М., 2018.

12. В марте-апреле в России подано рекордное количество заявлений о банкротстве [Электронный ресурс]. — URL: www.forbes.ru.

13. Банкротства в России: итоги 2021 г. [Электронный ресурс]. — URL: https://fedresurs.ru.

**Bibliographic list**

1. Formation and prospects of new banking organization models / O. G. Semenyuta, S. A. Urazova, E. A. Danchenko, O. A. Zolotareva // Modern Global Economic System: Evolutionary Development vs. Revolutionary Leap. Cham. — 2021. — P. 2121–2129.

2. *Van der Cruijsen, C., Diepstraten, M.* Banking Products: You Can Take Them with You, So Why Don't You? // Journal of Financial Services Research. — 2017. — № 52 (1–2). — P. 123–154.

3. Improvement of financial literacy as crucial factor of economic development / N. G. Vovchenko, S. S. Galazova, E. A. Danchenko, O. B. Ivanova, E. D. Kostoglodova // European Research Studies Journal. — 2018. — Vol. 21. — № 4. — P. 16–24.

4. Financial literacy as a factor of increasing welfare of population / O. V. Bogomolova, R. I. Mammadova, A. E. Skotnikov, S. N. Chasovnikov // International Journal of Applied and Fundamental Research. — 2016. — № 1–3. — P. 380–383.

5. *Borovaya, S. L., Aksyutina, S. V.* Formation of financial literacy of population: monograph. — Vologda, 2022.

6. *Bondarenko, V. A., Guzenko, N. V.* Questions of sufficiency of financing of scientific researches in Russia in aspect of orientation of economy on innovative development // Financial Research. — 2020. — № 2 (67). — P. 171–178.

7. *Danchenko, E. A., Lisyutenko, O. Y., Kurbanov, I. A.* Analysis of consumer behavior in market of banking products and services: trends and directions // Financial research. — 2017. — № 2. — P. 38–46.

8. *Danchenko, E. A., Shlykova, I. A.* Problems and prospects of improving financial literacy of youth // Regional economics: theory and practice. — 2018. — Vol. 16. — № 6 (453). — P. 1041–1051.

9. *Dobrolezha, E. V., Zhukova, A. E.* Financial literacy as one of tools to increase availability of leasing products // Innovative potential of banking in digital economy : materials of V International scient.-pract. conf. — Rostov-on-Don, 2020. — P. 272–276.

10. Development of scientific and methodological tools for dissemination of financial knowledge in society / K. V. Kochmola, E. N. Alifanova, I. N. Efremenko, Yu. S. Evlakhova // Financial analytics: problems and solutions. — 2011. — № 12. — P. 13–19.

11. Digital literacy for economy of future. — M., 2018.

12. In March-April record number of bankruptcy applications were filed in Russia [Electronic resource]. — URL: www.forbes.ru.

13. Bankruptcy in Russia: results of 2021 [Electronic resource]. — URL: https://fedresurs.ru.

*DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.020*

***Э. А. Исраилова, Д. В. Личковаха***

# РЫНОК ТВЕРДОГО БИОТОПЛИВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Аннотация**

В современном мире понятия интернационализации и глобализации охватывают фактически все сферы экономики. Налаживание прочных связей, безусловно, оказывает положительное влияние на глобальную экономику. Такая форма экономического развития как международное разделение труда становится уверенным толчком прогресса. С другой стороны, прогрессивные формы сотрудничества ряда государств при определенных геополитических условиях становятся своеобразным «тормозом» и рычагом управления в отношении других. В статье представлен обзор влияния санкционных ограничений в отношении Российской Федерации на рынок твердого биотоплива и рост спроса на внутреннем рынке как способ стабилизации ситуации в отрасли. Особое внимание уделено экологической повестке и вопросу положительного эффекта при использовании твердого биотоплива на окружающую среду. Представлены особенности перехода на твердое биотопливо и специализированное оборудование, его эксплуатации, а также категории населения, для которых вопрос использования данного вида топлива наиболее целесообразен. Статья содержит обзор действующего законодательства Российской Федерации в сфере энергетики и предложение по его усовершенствованию, как мера поддержки промышленных предприятий. Также затронут вопрос о субсидиарной помощи государства.

**Ключевые слова**

Санкции, экология, пеллеты, топливные гранулы, биоэнергетика, биотопливо.

***E. A. Israilova, D. V. Lichkovakha***

# SOLID BIOFUEL MARKET IN RUSSIAN FEDERATION

**Annotation**

In modern world definitions of internationalization and globalization cover all areas of economy. Establishment of strong ties, certainly, has a positive impact on global economy. International division of labor, as form of economic development, becomes the engine of progress. On the other hand, progressive forms of cooperation of number of states on certain geopolitical conditions become a kind of brake and a lever of control for the others country. Article provides an overview of impact of sanction restriction against Russian Federation on solid of biofuel market and rise of demand in domestic market as way to stabilize the situation in industry. Article pays special attention to environmental agenda and issue of positive effect of use of solid biofuels on environment. Besides, presented transition features on solid of biofuel and specialized equipment, its exploitation, also categories of the population for which question of using this type of fuel is most appropriate are presented. Final part of article contains an overview of current legislation of Russian Federation in the field of energy and proposal for its improvement as measure to support industrial enterprises. Also conclusion touches upon the issue about subsidized state aid.

**Keywords**

Sanctions, environment, pellets, fuel pellets, bioenergy, biofuel.

**Введение**

Санкционные ограничения, введенные рядом государств в отношении Российской Федерации как реакция на события февраля 2022 г., коснулись практически всех отраслей российской экономики, в том числе санкции затронули отрасль лесной промышленности и твердого биотоплива.

Помимо санкционных ограничений, удар по отрасли твердого биотоплива был нанесен за счет ограничений в части сертификации продукции. Так, Международный совет директоров Forest Stewardship Council International 8 марта 2022 г. приостановил действие всех торговых сертификатов в Российской Федерации и Беларуси и заблокировал всю контролируемую древесину из указанных стран [1].

В своем обращении от 10 марта 2022 г. на официальном сайте Sustainable Biomass Program сообщила о прекращении действия ранее выданных сертификатов продукции Российской Федерации и Белоруссии с 8 апреля 2022 г. [2]. Россия как государство, находящееся в своеобразном «эпицентре», приняло, безусловно, мощный удар по данной отрасли.

**Обсуждение**

Стоит отметить, что глобализация представляет собой своего рода механизм, выход из строя одного из элементов которого повлечет за собой дисбаланс общего состояния отрасли в глобальной экономике. Так, новые цепочки поставок для ЕС из США или Канады являются более растянутыми во времени, чем с ближайшего российского рынка. Кроме того, стоит учесть повсеместное удорожание фрахта в Атлантике, рост издержек на производство в связи с подорожанием газа и т. д.

Ограничения, введенные в отношении России, затронут и те страны, которые приняли данное решение. Однако основной целью данной работы явился поиск возможностей стабилизации сложившейся ситуации в отрасли твердого биотоплива Российской Федерации.

На российском рынке сложилась четкая экспортно ориентированная модель производства биотоплива. Именно этот фактор нанес серьезный урон отрасли в связи с введенным 10 июля 2022 г. пятым пакетом санкций в отношении Российской Федерации, согласно которому стал невозможен экспорт древесной продукции, включающий в себя продукцию пеллет, брикетов, щепы в страны Европейского союза. Стоит отметить, что данным пакетом санкций также введен запрет на доступ к портам ЕС для судов под российским флагом, что оказало существенное влияние на логистические цепочки.

Введение пятого пакета санкций активизировало процесс переориентации производителей Сибири и Дальнего Востока на азиатские рынки. Несмотря на транспортировочные расходы, до введения санкционных ограничений основная доля продукции твердого биотоплива указанных регионов направлялась на экспорт в страны Европейского союза и составляла более 80 % от общего объема экспорта биотоплива [3].

По данным агентства WhatWood, общий объем экспорта пеллет в июле 2022 г. сократился на 60 % и составил менее 100 тыс. тонн. Из этого объема порядка 60 тыс. тонн было направлено в Южную Корею и более 30 тыс. тонн в Японию [4].

Очевидно, что данные объемы несоизмеримо малы в масштабах общего объема ресурса, производимого на всей территории Российской Федерации.

Несмотря на первые успехи данных регионов в налаживании экономических связей в азиатском направлении, на сегодняшний день очевидна низкая рентабельность указанных рынков сбыта для Северо-Западного направления.

Таким образом, представляется необходимым рассмотрение вопроса о развитии биологического топлива на внутреннем рынке.

Согласно данным отчета International Energy Agency от сентября 2022 г. со-

временная биоэнергетика является крупнейшим источником возобновляемой энергии во всем мире, на ее долю приходится 55 % возобновляемых источников энергии и более 6 % мирового энергоснабжения. Использование современной биоэнергетики увеличивалось в среднем примерно на 7 % в год в период с 2010 по 2021 г. и имеет тенденцию к росту [5].

**Результаты**

Биотопливо являет собой источник энергии, состоящий из органического материала, который представлен растениями, известный как биомасса. Данная биомасса содержит углерод, который поглощен растениями посредством фотосинтеза. Когда эта биомасса используется для производства энергии, углерод высвобождается во время горения и возвращается в атмосферу, после чего поглощается лесными угодьями, что делает современную биоэнергетику многообещающим топливом с минимальным углеродным следом.

Помимо этого биоэнергетика является достаточно гибкой в контексте модернизации существующего оборудования в секторах своего применения. Здесь не будет лишним напомнить о том, что биотопливо применимо как в частных домохозяйствах, так и на крупных предприятиях. Стоит также отметить, что для организации биоэнергетической инфраструктуры возможно использовать существующую инфраструктуру: так, при передаче биометана могут быть использованы существующие газопроводы и оборудование конечного пользователя, для некоторых видов жидкого биотоплива возможно использовать существующие сети распределения нефти, а также — при проведении незначительных работ по переустройству оборудования автомобильного транспорта — использовать для транспортных средств.

Очевидным преимуществом использования данного вида топлива является экологичность. При производстве твердого биотоплива не используется никаких синтетических материалов. За счет того что технология производства предполагает формирование материалов под высоким давлением в прессе, при их изготовлении не используется клеящих веществ, а соединение материалов происходит путем выделения смольных остатков древесины. Зольный остаток после сгорания составляет порядка 3 % от объема, который, в свою очередь, можно использовать при производстве минеральных удобрений. Помимо того что твердое биотопливо существенно снижает уровень выбросов углекислого газа, при его производстве используются не специально выращенные плантации, а, как правило, отходы деревообрабатывающей, пищевой и сельскохозяйственной продукции.

Нельзя не обратить внимание на тот факт, что создание твердого биотоплива решило одну из острых проблем масштабных деревообрабатывающих производств — утилизацию отходов. И в этом пункте стоит отметить, что введенные санкции создают проблемы не только со сбытом продукции, но также и приводят к экологическим рискам, так как в процессе гниения древесных отходов наносится урон значительно выше, чем при его сжигании.

Немаловажным фактором в пользу твердого биологического топлива является удобство транспортировки.

Независимость эксплуатации выражается в том, что, несмотря на привычную и простую эксплуатацию электрических и газовых установок, весомым пунктом всегда остается необходимость подключения к электрическим и газовым сетям, что подразумевает дополнительную стоимость, процедуру согласования и устройства сетей, а также зависимость от установленных тарифов за потребляемые ресурсы. Тарифное регулирование на территории Российской Федерации имеет региональную дифференциацию, в свою очередь рынок твердого биотоплива регулируется спросом и предложением. Также стоит отметить относительно простую технологию производства твер-

дого биотоплива, что делает возможным планирование собственного производства для частных нужд.

Твердое биотопливо имеет высокую теплоотдачу и длительность времени горения в сравнении с обычной древесиной или древесной щепой.

К основным причинам низкой популярности твердого биотоплива на сегодняшний день в России можно отнести, во-первых, стоимость на внутреннем рынке.

Если укрупненно провести аналитику по энергоносителям за I полугодие 2022 г., можно отметить значительное увеличение цены по всем видам топлива. Так, согласно данным о средних потребительских ценах на товары и услуги, опубликованным Росстатом, в августе 2022 г. стоимость тонны угля составила 3,66 тыс. рублей, что больше практически на 20 % относительно стоимости за август предшествующего года. Наблюдается также увеличение средней стоимости дров: в августе 2022 г. стоимость кубометра продукции составляет 1,76 тыс. рублей, а стоимость кубометра продукции за аналогичный период 2021 г. составляла 1,48 тыс. рублей [6]. Стоимость пеллет и топливных гранул начинается от 8 тыс. рублей за тонну. Данный рост цен обусловлен удорожанием комплектующих и расходных материалов для производителей. Также к факторам, оказывающим влияние на рост продукции, можно отнести санкционные ограничения на российские энергоносители со стороны Еврозоны и продажу материалов на азиатские рынки со значительным дисконтом.

На фоне данных негативных факторов, согласно информации о социально-экономическом положении России за январь-июнь 2022 г., опубликованной Росстатом, в I полугодии 2022 г. отмечается снижение по отношению к I полугодию 2022 г. на 5,8 % производства лесоматериалов хвойных пород, также порядка 5,3 % составляет снижение производства лесоматериалов лиственных пород, на 6,8 % снизились объемы древесины топливной [7].

Снижение производства лесоматериалов говорит о том, что происходит и снижение объема отходов, используемых для производства пеллет и топливных гранул.

Во-вторых, при принятии решения о переходе на твердое биотопливо стоит учитывать необходимость создания условий его хранения, так как данный вид материала чувствителен к климатическим условиям.

Кроме того, следует учесть необходимость установки специализированных котлов (либо переоборудования существующих). В этом моменте подробно стоит остановиться на ряде нюансов, рассматриваемых в сравнении с электрическим и газовым котлами.

*Инерционность.* У электрического котла скорость включения и выключения зависит от скорости срабатывания электромагнитного реле, газовый котел легко регулировать под давлением в камеру сгорания (в том числе благодаря скорости смесеобразования с воздухом). Твердое биотопливо не обладает данными преимуществами. Физические свойства данного материала не предполагают мгновенного высвобождения энергии, а для регулировки подачи нужна более сложная автоматика и алгоритмы управления.

*Габаритные размеры.* Для функционирования газового и электрического котлов технически не требуется разработка габаритных установок. В случае с котлом, функционирование которого осуществляется на твердом биологическом топливе, конструкция установки предусматривает объем для загрузки материала на срок непрерывного горения от суток до недели, также необходима емкость для зольного остатка.

*Обслуживание.* Процесс сгорания твердого биотоплива подразумевает не только регулярную дозагрузку материала и очищение емкости зольного остатка, но и очищение конструкции от зольных отложений.

Несмотря на ряд недостатков твердого биотоплива, для отдельных групп потребителей было бы целесообразно рассмотреть возможность перехода на его использование.

Структура энергетики Российской Федерации имеет изначально централизованный ориентир, но до сих пор существуют территории, жилые дома в которых обеспечить природным газом довольно проблематично. В таком случае независимость от централизованной системы ресурсов является одним из ключевых факторов развития отдаленных территорий.

Согласно энергетической стратегии Российской Федерации до 2035 г., к 2024 г. планируется достичь 74,7 % уровня газификации регионов, а к 2035 — 82,9 % [8].

Таким образом, в более чем 10-летней перспективе для 20 % населения Российской Федерации биотопливо может стать альтернативным вариантом привычным дровам и углю.

Также стоит отметить, что переход на твердое биотопливо экономически интересен ряду промышленных предприятий, особенно тем, которые работают в сфере лесоперерабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности. И здесь речь идет уже о твердом биотопливе не только как ресурсе для обеспечения тепловой энергией, но и как о возможности самообеспечения электрической энергией. Однако в данном контексте стоит отметить недостаточную проработанность этого вопроса в рамках российского законодательства, а именно, п. 5 ст. 36 Федерального закона Российской Федерации № 35 «Об электроэнергетике», согласно которому, лицо, владеющее объектом по производству электрической энергии, и установленная генерирующая мощность которого равна или превышает 25 МВт, обязано получить статус субъекта оптового рынка и реализовывать всю производимую на таком объекте электрическую энергию на оптовом рынке, за исключением случаев, установленных Правительством РФ [9].

Указанные случаи имеют свое отражение в п. 33.1 Правил оптового рынка электрической энергии и мощности и гласят следующее:

«33(1). Подтверждение о нераспространении требования Федерального закона «Об электроэнергетике» о реализации производимой электрической энергии и мощности только на оптовом рынке выдается субъекту электроэнергетики в отношении указанной в абзаце первом пункта 31 настоящих Правил электростанции в целом, если соблюдается любое из следующих условий:

– выработка электрической энергии (мощности) на указанной электростанции зависит исключительно от использования исследовательского ядерного реактора (установки);

– выработка электрической энергии (мощности) на указанной электростанции зависит исключительно от использования сооружений, регулирующих уровень воды на внутренних водных путях, и сооружений сброса паводковых вод» [10].

Можно предположить, что для помощи отрасли обозначенные правила стоит дополнить пунктом, включающим в перечень также электростанции, выработка электрической мощности на которых осуществляется при использовании биомассы.

Отсутствие необходимости продажи объема мощности на оптовый рынок и последующей покупки по установленным тарифам будет для ряда предприятий экономически выгодным путем обеспечения необходимым объемом мощности электрической энергии.

В 2022 г. в ряде муниципалитетов Российской Федерации стал подниматься вопрос о модернизации используемых мазутных и угольных котельных под экологичное биотопливо. Здесь речь идет, в первую очередь, о Северо-Западном федеральном округе, для которого рынок Европы был весьма удобен из-за территориального положения и по той же причине, при нынешних объемах, труднодоступен рынок восточного на-

правления. В пользу данной идеи работает экологичность твердого биотоплива, а также уверенная обеспеченность необходимыми технологиями внутри страны. Однако в данном случае вряд ли получится обойтись без субсидиарной помощи со стороны государства. И тут речь должна идти не только о субсидировании затрат на переустройство оборудования, но также на транспортировку и закупку биотоплива.

Стоит отметить инициативу Республики Коми в части перевода котельных на биотопливо, что является формой поддержки местных производителей, продукция которых в объеме более 90 тыс. тонн до ввода санкций отправлялась на экспорт.

В соответствии с республиканской программой переведены на биотопливо котельные в Усть-Куломском, Корткеросском, Усть-Вымском, Сыктывдинском, Печорском, Сысольском и Койгородском районах. Так, под субсидирование попадали новые производства биотоплива, а также затраты на создание, модернизацию или расширение производства пеллет и топливных гранул [11].

**Выводы**

Территориально расположение Российской Федерации и многообразие природных ресурсов позволяет производить твердое биологическое топливо из большого спектра материалов. Так, помимо стандартной технологии прессования древесных опилок для производства пеллет и топливных гранул используются отходы сельскохозяйственного производства. Стоит отметить, что география производства твердого биотоплива в России позволяет выделить передовые регионы, богатые лесными угодьями, однако технология производства твердого биотоплива допускает возможность использования тростниково-камышовой массы, которой богата степная часть страны.

Беря во внимание экспортную ориентированность производства твердого биотоплива в России, санкционные ограничения, безусловно, нанесут определенный урон отрасли. Переход внутреннего рынка от привычных видов топлива в существующей ценовой политике достаточно сложен.

В то же время можно сделать вывод, что потенциал внутреннего рынка твердого биотоплива на сегодняшний день недооценен. Для ряда территорий России, где по-прежнему нет газификации объектов жилищного фонда, твердое биотопливо может стать вполне реальной альтернативой другим видам топлива. При внесении изменений в указанные выше нормативно-правовые акты, отдельным крупным предприятиям будет экономически выгодно рассмотреть возможность установки собственной биотопливной генерации.

При субсидиарной поддержке со стороны государства возможно проведение модернизационных мероприятий на существующих котельных для создания инфраструктуры, функционирующей на биологическом топливе.

**Библиографический список**

1. FSC’s position on Russia’s war on Ukraine [Электронный ресурс]. — URL: https://fsc.org/en/fscs-position-on-russias-war-on-ukraine.

2. Updates on forestry certification in Russia and Belarus [Электронный ресурс]. — URL: https://preferredbynature.org/newsroom/updates-forestry-certification-russia-and-belarus.

3. 10 июля 2022 года экспорт древесного биотоплива из России в Европейский союз остановлен [Электронный ресурс]. — URL: https://www.infobio.ru/news/5260.html.

4. WhatWood «Рынок пеллет в России: развитие экспорта в восточных направлениях» [Электронный ресурс]. — URL: https://whatwood.ru/ryinok-pellet-v-rossii-08-2022-razvitie-eksporta-v-vostochnyih-napravleniyah.

5. Tracking report — September 2022 [Электронный ресурс]. — URL: https://www.iea.org/reports/biofuels.

6. Средние потребительские цены на отдельные виды товаров и услуг по Российской Федерации, федеральным округам, субъектам Российской Федерации и обследуемым городам (в 2022 г.) [Электронный ресурс]. — URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/price.

7. Доклад Федеральной службы государственной статистики о социально-экономическом положении России за январь-август 2022 г. — С. 75.

8. Энергетическая стратегия Российской Федерации до 2035 г. — С. 53.

9. Федеральный закон № 35-ФЗ от 26.03.2003 «Об электроэнергетике» в ред. от 11.06.2022 — п. 5 ст. 36.

10. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.12.2010 № 1172 «Об утверждении Правил оптового рынка электрической энергии и мощности и о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам организации функционирования оптового рынка электрической энергии и мощности» в редакции от 23.09.2022 — п. 33 (1).

11. Биоэнергетика в Республике Коми «33 котельных из районов Республики Коми переведены на биотопливо» [Электронный ресурс]. — URL: http://biotoprk.ru/presscenter/news/year/2022/330.

**Bibliographic list**

1. FSC's position on Russia's war on Ukraine [Electronic resource]. — URL: https://fsc.org/en/fscs-position-on-russias-war-on-ukraine.

2. Updates on forestry certification in Russia and Belarus [Electronic resource]. — URL: https://preferredbynature.org/newsroom/updates-forestry-certification-russia-and-belarus.

3. On July 10, 2022, export of wood biofuels from Russia to European Union was stopped [Electronic resource]. — URL: https://www.infobio.ru/news/5260.html.

4. WhatWood «Market of pellets in Russia: development of export in eastern direction» [Electronic resource]. — URL: https://whatwood.ru/ryinok-pellet-v-rossii-08-2022-razvitie-eksporta-v-vostochnyih-napravleniyah.

5. Tracking report — September 2022 [Electronic resource]. — URL: https://www.iea.org/reports/biofuels.

6. Average consumer prices for certain types of goods and services in Russian Federation, federal districts, constituent entities of Russian Federation and surveyed cities (in 2022) [Electronic resource]. — URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/price.

7. «Report of Federal State Statistic Service on socio-economy situation in Russia for January-August 2022». — P. 75.

8. «Energy strategy of Russian Federation until 2035». — P. 53.

9. Federal Law of 26.03.2003 № 35-FL «About Electric Power Industry» as amended on 11.06.2022 — g. 5 p. 36.

10. Decree of Government of Russian Federation 27.12.2010 № 1172 «About approval of Rules of Wholesale and Amendments to Certain Acts of Government of the Russian Federation on Organization of Functioning of Wholesale Electricity and Capacity Market on 23.09.2022 — g. 33 (1).

11. Bioenergy in Komi Republic «33 boiler houses from the regions of Komi Republic were converted to biofuel» [Electronic resource]. — URL: http://biotoprk.ru/presscenter/news/year/2022/330.

*DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.021*

***В. В. Климук, О. В. Андреева, Е. В. Климук***

# МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАРТАП-ЦЕНТР КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ЭЛЕМЕНТ В СИСТЕМЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЕКТОРА НИОКР

**Аннотация**

В статье рассмотрена инновационная инфраструктура, обеспечивающая научно-исследовательскую и инновационно-предпринимательскую деятельность в Российской Федерации и Республике Беларусь. Проведена сравнительная характеристика функций технопарков, центров трансфера технологий, бизнес-инкубаторов, отраслевых лабораторий. С целью активизации инновационно-предпринимательской деятельности предложено создание научно-образовательного стартап-центра, состоящего из 4 функциональных платформ.

**Ключевые слова**

Инновационная инфраструктура; инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства; стартап-центр.

***V. V. Klimuk, O. A. Andreeva, E. V. Klimuk***

# INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL STARTUP-CENTER AS INNOVATIVE ELEMENT IN SYSTEM FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF R&D SECTOR

**Annotation**

Article considers the innovative infrastructure that provides research and innovation-entrepreneurial activities in Russian Federation and Republic of Belarus. Research has comparative description of functions of technology parks, technology transfer centers, business incubators, and industry laboratories. In order to intensify innovative and entrepreneurial activity, authors propose to create a scientific and educational start-up center, consisting of four functional platforms.

**Keywords**

Innovation infrastructure; infrastructure to support small and medium-sized businesses; startup center

## Введение

Современные вызовы во внешнеэкономической, геополитической системах коррелируют с необходимостью оперативной трансформации и системы образования, что обусловлено высокими темпами научно-технического прогресса, системой санкционных ограничений, «обновленной» кооперационной сетью стран-партнеров. Данные изменения влекут за собой актуализацию приоритетных направлений научно-инновационной деятельности, видов экономической деятельности, акцент должен быть сделан на ускоренное развитие внутренних интеллектуальных ресурсов, что определяет, в свою очередь, ответственные задачи для системы образования в направлении эффективной государственной молодежной политики, развития интеллектуальных способностей у молодежи, подготовку специалистов с набором профессиональных (hard skills) и социально-личностных (soft skills) компетенций, позволяющих эффективно использовать инновационный потенциал организаций, развивать региональную и национальную социально-экономические системы, укреплять и

расширять направления международного сотрудничества с надежными странами-партнерами. Необходимо внедрение новых форм и методов стимулирования научно-инновационной, инновационно-предпринимательской активности организациями региона (страны).

**Материалы и методы**

При написании статьи применялись методы анализа и синтеза, систематизация и обобщение результатов исследования, логический и системный подходы. Эмпирические данные взяты из открытых источников. Предложено создание научно-образовательного стартап-центра, состоящего из четырех базовых платформ.

**Результаты и обсуждение**

В 2020 г. в инновационную деятельность в России были вовлечены более 11 тыс. организаций, рост по сравнению с предыдущим годом составил 15,7 %. Почти 40 % из них сосредоточены в Центральном федеральном округе. Объем финансирования внутренних затрат на исследования и разработки превысил 1 трлн руб., что составило 75,7 % в общем объеме, другая часть — это внешние затраты (376,2 млрд руб.). Технологические инновации внедряли 23 % организаций, при этом затраты на инновационную деятельность составили более 2 трлн руб., из которых 44,3 % пришлось на исследование и разработка новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов; 33,4 — приобретение машин, оборудования, прочих основных средств; 7 % — инжиниринг; 4,1 % — разработка и приобретение программ для ЭВМ и баз данных; 11,1 % — прочие затраты. Отгружено инновационной продукции в 2020 г. на сумму более 5 трлн руб. [1].

В Российской Федерации сложилась достаточно разветвленная инновационная инфраструктура [2, с. 487], представленная на:

– государственном уровне (венчурные фонды, технопарки, технополисы, финансовые институты инновационного развития);

– частном уровне (программы и стратегии цифровизации бизнеса, кросс-секторальные проекты сотрудничества).

В составе элементов инновационной инфраструктуры действуют, по материалам официального портала Министерства науки и высшего образования «Инновационная инфраструктура и основные показатели инновационной деятельности в субъектах Российской Федерации», по состоянию на 30.06.2022, кластеры (170 ед.), территории опережающего развития (115), технопарки (111), бизнес-инкубаторы (65), индустриальные (промышленные) парки (62), технико-внедренческие и промышленно-производственные особые экономические зоны (49), наукограды (13), наноцентры (9), технологические платформы (7), инноцентры (3) и консорциумы (3) [3]. Также следует отметить научно-образовательные центры мирового уровня, таких в 2020 г. было 32 — созданных и получивших поддержку.

Поддержку инновационной деятельности осуществляют фонды поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности, федеральные инновационные площадки, федеральные институты инновационного развития, центры трансфера технологий.

Важная роль отводится Государственной корпорации по содействию разработке, производству и экспорту высокотехнологичной промышленной продукции «Ростех», государственной корпорации развития «ВЭБ.РФ», государственному фонду фондов «Российская венчурная компания» и др.

Инфраструктурная и финансовая поддержка инноваций получила новое звучание через реализацию Национальной технологической инициативы (НТИ) [4].

Среди наиболее перспективных направлений развития инновационной инфраструктуры представляется создание новых ее объектов в частной или смешанной собственности, совершенствование регулирования и поддержки деятельности объектов инновационной инфраструктуры.

Здесь требуется доработка нормативно-правовой документации [5], и такая работа ведется. Например, последние изменения приняты в Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» 16 апреля 2022 г. В современных условиях беспрецедентного санкционного давления вопросы технологического суверенитета определяют обеспечение национальной безопасности государства, поэтому необходима тщательная, но достаточно быстрая проработка документов.

Согласно Государственной программе «Образование и молодежная политика» на 2021–2025 гг., одним из принципиальных преобразований в системе образования Республики Беларусь к 2025 г. станет «решение учащимися, студентами и преподавателями вопросов инновационной и изобретательской деятельности, развитие у них компетенций и навыков, необходимых для ведения предпринимательской деятельности, реализация стартапов в бизнес-инкубаторах, командное выполнение высокотехнологичных проектов» [6].

Оценка динамики развития стартап-рынка в Беларуси показала: положительную динамику роста количества стартапов старше 3-х лет (25 % в 2020 г. относительно 11,7 % в 2018 г.); снижение доли стартапов, которые продают товары только на белорусском рынке (29,8 в 2020 г. относительно 56,3 % в 2018 г.); выросла доля компаний, которые имели постоянный доход (46,2 % в 2020 г. к 27,6 % в 2018 г.); увеличилась доля мультинациональных команд (31,7 % в 2020 г. к 21,3 % в 2018 г.); увеличился объем инвестиций в 2 раза (170 млн долл. в 2020 г.). На белорусском стартап-рынке наиболее популярными сферами деятельности являются софт для бизнеса (16,3 %), Health Tech (15,4 %), Fin Tech (13,5 %) и искусственный интеллект (12,5 %) [7].

Для развития научно-инновационного, научно-технического, предпринимательского потенциала страны в Беларуси функционируют:

1. Инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства (центры поддержки предпринимательства, инкубаторы малого предпринимательства). В Беларуси к субъектам инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства относятся Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей, Республиканский централизованный (местные) инновационный фонд, Белорусский инновационный фонд, Банк развития Республики Беларусь, Европейский банк реконструкции и развития, а также коммерческие банки, исполнительные комитеты, прочие организации.

По состоянию на 01.07.2022 в Беларуси функционирует 113 центров и 26 инкубаторов [8].

2. Инновационная инфраструктура (в т. ч. научно-технологические парки, центры трансфера технологий, венчурные организации).

В Беларуси функционируют 16 научно-технологических парков, 6 центров трансфера технологий, Белорусский инновационный фонд и Национальный центр интеллектуальной собственности (по состоянию на 01.07.2022) [9].

3. Отраслевые лаборатории для научного обеспечения деятельности субъектов реальной экономики, апробации и внедрения полученных результатов научных исследований в практические сферы деятельности организаций-заказчиков и организаций-партнеров, а также центры коллективного пользования уникальным научным оборудованием.

На основе анализа основных направлений деятельности таких субъектов инновационной инфраструктуры и инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, как научно-технологический парк, центр трансфера технологий, бизнес-инкубатор, отраслевая лаборатория [8, 9, 10], выявлено, что функционал данных субъектов показывает на наличие «дублирующих» видов основной деятельности, в частности, услуги (консультирование) в области бизнес-

планирования, информационного продвижения, маркетингового анализа, т. е. приоритет сделан на развитие предпринимательского потенциала, в первую очередь, инновационного предпринимательства.

Только отраслевая лаборатория нацелена непосредственно на выполнение научно-исследовательских, научно-технических работ (услуг) в кооперации с отраслевыми организациями-партнерами, обеспечивая рост уровня наукоемкости производимой продукции (услуг) и удельный вес инновационной продукции в общем объеме произведенной промышленной продукции.

Ежегодно в Республике Беларусь, начиная с 2021 г., утверждается план областных стартап-мероприятий (с 2012 по 2020 гг. утверждался республиканский план стартап-мероприятий на календарный год). Так, на 2020 г. всего по республике было запланировано 566 стартап-мероприятий. На 2022 г. в Брестской области запланировано 72 мероприятия [11].

В комплексе мероприятий по развитию национальной инновационной системы Республики Беларусь на 2021–2025 гг. [12] представлен раздел «Вовлечение талантливой молодежи в научно-инновационную сферу, повышение роли и престижа ученых, разработчиков, изобретателей, рационализаторов, предпринимателей-инноваторов», в частности пункт 27 «Развитие в учреждениях образования системы вовлечения молодежи в научно-техническую и инновационную деятельность», что подтверждает важность вопросов разработки механизмов развития стартап-движения в стране.

Представим анализ статистических данных по развитию стартап-движения в Республике Беларусь за 2012–2020 гг. (табл. 1).

Таблица 1 — **Показатели развития стартап-движения в Республике Беларусь за 2012–2020 гг.***

| Показатели | 2012 г. | 2015 г. | 2018 г. | 2020 г. | Динамика (2020 г. к 2018 г.) |
|---|---|---|---|---|---|
| Количество стартап-мероприятий | 167 | 171 | 712 | 437 | -38,6% |
| Количество рассмотренных бизнес-проектов | 917 | 1464 | 866 | 951 | +9,8% |
| Производительность 1 стартап-мероприятия | 5 проектов | 8 проектов | 1 проект | 2 проекта | +1 проект |

** Составлена на основе материалов [8].*

Представленные в таблице 1 данные свидетельствуют о высокой трудоемкости процессов разработки, экспертизы, доработки бизнес-планов инновационных стартапов, что актуализирует необходимость дальнейшей работы как в Российской Федерации, так и Республике Беларусь, в первую очередь, в образовательных учреждениях — в направлении обучения молодежи инновационно-предпринимательским компетенциям.

Активно развивается направление бизнес-образования в сети Интернет, в частности через социальные сети Telegram, ВКонтакте (каналы https://t.me/ProductsAndStartups, https://t.me/kikstarters, https://t.me/ltalks и др.).

Развитие стартапов должно быть обеспечено финансированием. Для этих целей и в Беларуси, и в России организуется ряд ежегодных конкурсов грантов на реализацию стартапов, инновационных проектов, например, Международный конкурс стартапов в Беларуси (https://suit.by), конкурс стартапов StartUp Heart (https://startupheart.by), конкурс технологических проектов «Стартап года» (https://startupbelarus.by), республиканская конкурсная программа «Стартап-марафон» (https://www.belapb.by), Все-

российский стартап-чемпионат (https://startchamp.ru), конкурс «Open Innovations Startup Tour» (https://startup-tour.ru), Всероссийский конкурс «Студенческий стартап» (https://fasie.ru) и другие.

В качестве грантодателей выступают министерства, ведомства, фонды, организации (и частные, и государственные), например: Фонд содействия инновациям (https://www.fasie.ru), венчурный онлайн-хаб Sber Unity (https://sberunity.ru), Российский фонд развития информационных технологий (https://рфрит.рф), программа «Стартап Академия от московской школы управления «Сколково» (https://www.skolkovo.ru), Агентство стратегических инициатив (https://old.asi.ru), Российско-Белорусский фонд венчурных инвестиций (https://rbf.vc) и другие.

Необходимо решение задач стимулирования участниками образовательной системы научно-исследовательской и инновационной активности, развития форм партнерского, взаимного сотрудничества на межрегиональном и международном уровнях между научно-образовательными организациями, субъектами реальной экономики, бизнес-сообществом, общественными организациями, в частности, в рамках направлений сотрудничества Союзного государства. В качестве одного из инструментов развития научно-инновационной, инновационно-предпринимательской деятельности, в т. ч. на международном уровне, предлагается создание научно-образовательного стартап-центра [13]. Центр построен на основе поэтапной реализации ряда шагов (рис. 1).

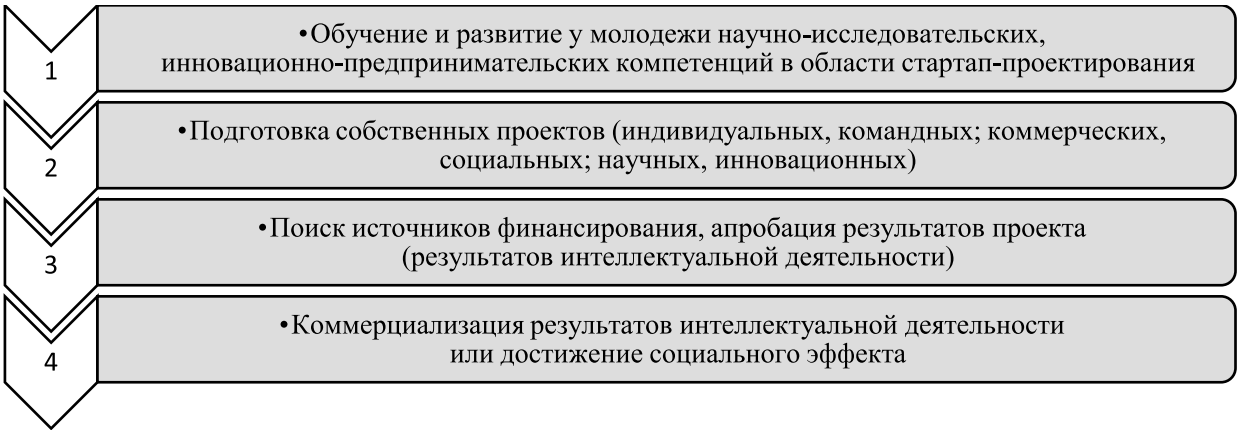


Рисунок 1 — **Поэтапный алгоритм реализации инновационных решений в рамках деятельности научно-образовательного стартап-центра**

Структура центра представлена 4 базовыми платформами:

*1. Образовательная платформа.*

В рамках данной платформы будет организована плановая (систематическая) образовательная программа (интенсив) по основам бизнес-планирования, формированию инновационных идей, самостоятельной подготовке собственных проектов. Платформа нацелена на получение молодежью новых знаний при поддержке высококвалифицированных и опытных специалистов. Обязательным является участие в образовательной платформе практиков (экспертов в профильных отраслевых сегментах).

*2. Проектная платформа.*

Задачей данной платформы является отработка практических навыков для закрепления полученных знаний при помощи целенаправленной, индивидуальной работы куратора (консультанта, ментора) с инициатором инновационной идеи или инициативной группой по разработке комплекта проектной документации для презентации проекта и поиска инвестиций с целью выхода на рынок. В рамках проектной платформы промежуточные (итоговые) варианты проектных идей представляются на систематических мероприятиях, организуемых партнерами Центра (в т. ч. в дистанционном формате):

конкурсах инновационных идей, хакатонах, форумах, биржах, выставках и др.

*3. Инфраструктурная платформа.*

С целью создания благоприятных условий для реализации проектных идей должна эффективно функционировать инфраструктура, включающая информационно-коммуникационные технологии образовательного и научного характера (средства коммуникаций, программирования, базы научных материалов и др.), оборудованные аудиторные площадки, партнерские сети.

*4. Рекламная платформа.*

На данной платформе будут проводиться рекламные кампании партнеров с презентацией их товаров и услуг. Также необходимым элементом являются экскурсионные программы по объектам бизнес-среды, реального сектора экономики для формирования представления о возможностях реализуемых проектов, практической проработки отдельных вопросов в рамках будущих стартап-проектов на местах (рис. 2).

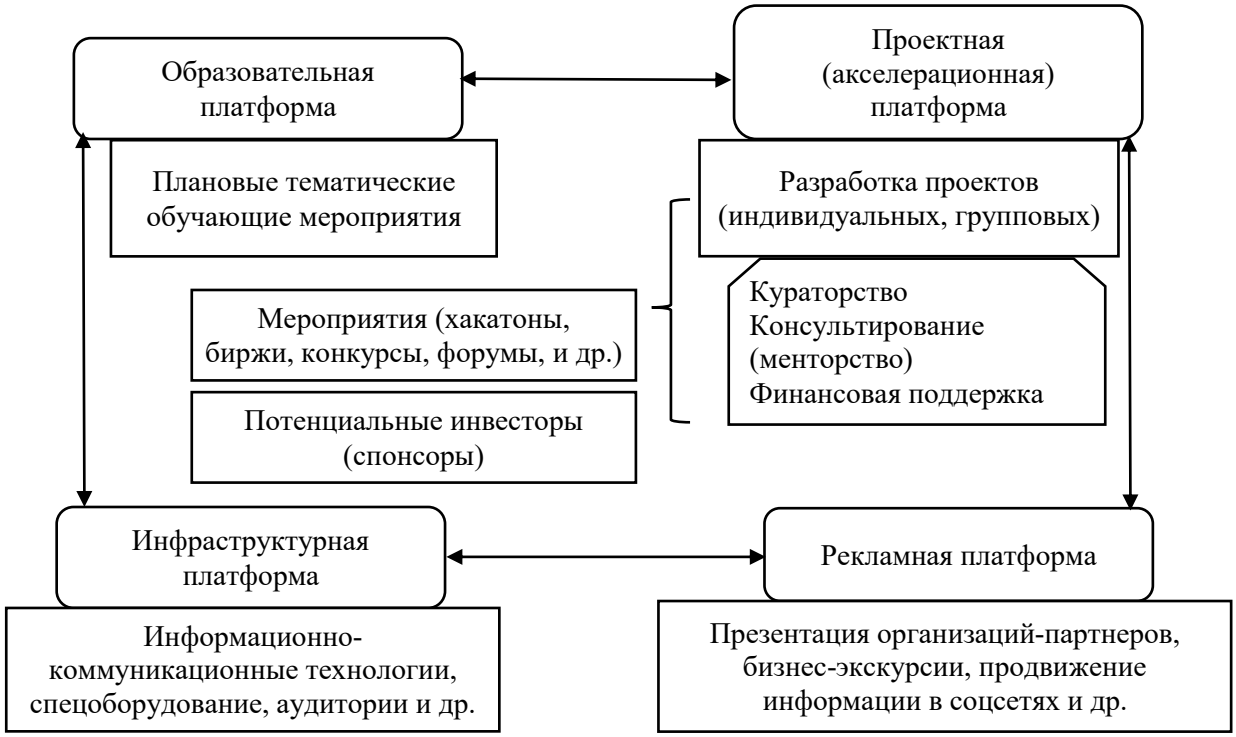


Рисунок 2 — **Структура научно-образовательного стартап-центра**

**Выводы**

Создание научно-образовательного стартап-центра, в первую очередь, в международном формате позволит обеспечить эффективное использование внутренних ресурсов, доступ к «дефицитным» ресурсам партнеров, развитие собственного научно-инновационного, инновационно-предпринимательского потенциала, разработку инновационных товаров (работ, услуг) с получением синергетического экономического и/или социального эффекта.

**Библиографический список**

1. Инновационное развитие Российской Федерации в 2020 г. [Электронный ресурс]. — URL: https://www.miiris.ru/digest/analitika_RF2020.pdf.

2. *Доброва, Е. Д.* Роль инновационной инфраструктуры в обеспечении формирования цифровой экономики России // Вопросы инновационной экономики. — 2021. — Т. 11. — № 2. — С. 485–506.

3. Инновационная инфраструктура и основные показатели инновационной деятельности в субъектах Российской

Федерации [Электронный ресурс] — URL: https://www.miiris.ru/rf_charts/inno_infr_elements.

4. *Вовченко, Н. Г., Андреева, О. В.* Финансовый контур Национальной технологической инициативы // Финансы. — 2019. — № 12. — С. 8–13.

5. *Byankin, A., Burdakova, G.* Coordination of innovative infrastructure in territories of advanced development: models and mechanisms // Far East Con : proceedings of International scient. conf., 2020.

6. О Государственной программе «Образование и молодежная политика» на 2021–2025 гг. : Постановление Совета Министров Республики Беларусь № 57 от 29.01.2021.

7. Стартапы Беларуси. — 2020.

8. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс] — URL: https://economy.gov.by/ru.

9. Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. — URL: http://www.gknt.gov.by.

10. Примерное положение об отраслевой лаборатории : утв. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 110 от 09.02.2017.

11. План проведения стартап-мероприятий на 2022 г. [Электронный ресурс]. — URL: http://brest-region.gov.by/index.php/glavnaya/101-oblast/ekonomika/predprinimatelstvo/13566-plan-provedeniya-startap-meropriyatij-na-2022-god.

12. О комплексе мероприятий по развития национальной инновационной системы на 2021–2025 гг. : Постановление Совета Министров Республики Беларусь №722 от 15.12.2021.

13. *Астратова, Г. В., Климук, В. В.* Исследование эффективности труда профессорско-преподавательского состава университетов // Экономика труда. — 2022. — Т. 9. — № 3.

**Bibliographic list**

1. Innovative development of Russian Federation in 2020 [Electronic resource]. — URL: https://www.miiris.ru/digest/analitika_RF2020.pdf.

2. *Dobrova, E. D.* Role of innovation infrastructure in ensuring the formation of digital economy of Russia // Issues of innovative economy. — 2021. — Vol. 11. — № 2. — P. 485–506.

3. Innovation infrastructure and key indicators of innovation activity in subjects of Russian Federation [Electronic resource]. — URL: https://www.miiris.ru/rf_charts/inno_infr_elements.

4. *Vovchenko, N. G., Andreeva, O. V.* Financial contour of National Technological Initiative // Finance. — 2019. — № 12. — P. 8–13.

5. *Byankin, A., Burdakova, G.* Coordination of innovative infrastructure in territories of advanced development: models and mechanisms // Far East Con : proceedings of International science. conf., 2020.

6. About State Program «Education and Youth Policy» for 2021–2025 : Resolution of Council of Ministers of Republic of Belarus № 57 from 29.01.2021.

7. Startups of Belarus. — 2020.

8. Ministry of Economy of Republic of Belarus [Electronic resource] — URL: https://economy.gov.by/ru.

9. State Committee for Science and Technology of Republic of Belarus [Electronic resource]. — URL: http://www.gknt.gov.by.

10. Approximate regulations on branch laboratory : app. Resolution of Council of Ministers of Republic of Belarus № 110 from 09.02.2017.

11. Plan of startup events for 2022 [Electronic resource]. — URL: http://brest-region.gov.by/index.php/glavnaya/101-oblast/ekonomika/predprinimatelstvo/13566-plan-provedeniya-startap-meropriyatij-na-2022-god.

12. On a set of measures for development of national innovation system for 2021–2025 : Resolution of Council of Ministers of Republic of Belarus № 722 from 15.12.2021.

13. *Astratova, G. V., Klimuk, V. V.* Study of labor efficiency of university faculty // Labor economics. — 2022. — Vol. 9. — № 3.

*DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.022*

*А. А. Мамбетова, Е. П. Пешкова, С. П. Кюрджиев*

# МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация**

В статье исследуется сущность механизма управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, и в частности финансового механизма как внешней оболочки его внутреннего экономического механизма. Анализируются различные подходы к его определению, предлагается новый взгляд на общую структуру финансового механизма. Обоснована необходимость совершенствования управления финансово-хозяйственной деятельностью для решения поставленных задач.

**Ключевые слова**

Финансово-хозяйственная деятельность, хозяйственный механизм, экономический механизм, финансовый механизм, финансовое обеспечение.

*A. A. Mambetova, E. P. Peshkova, S. P. Kurdzhiev*

# MECHANISM FOR MANAGING THE FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITIES OF ENTERPRISE

**Annotation**

Article studies essence of mechanism of management of financial and economic activity of enterprise and, in particular, financial mechanism as an external shell of its internal economic mechanism. Different approaches to its definition are analyzed and a new view of the general structure of financial mechanism is offered. Article substantiates the necessity of improving the management of financial and economic activity in order to solve tasks.

**Keywords**

Financial and economic activity, economic mechanism, economic mechanism, financial mechanism, financial support.

## Введение

Экономика России, функционирующая в условиях нарастающих международных угроз, нуждается в совершенствовании процесса управления с целью достижения высоких темпов устойчивого экономического роста. В современных условиях задачи стабилизации, роста и дальнейшего развития производства не могут быть решены только за счет изменений во внешней среде функционирования предприятий. Существенные факторы экономического роста заложены во внутреннем экономическом потенциале хозяйствующих субъектов. Изменения в экономическом механизме предприятия, которые вызваны динамическим развитием внешней среды и опосредуют его приспособление к рыночной конъюнктуре, требуют новых подходов к организации и совершенствованию процесса принятия управленческих решений.

## Материалы и методы

Проблемы исследования процедур применения экономической диагностики, оценки эффективности ее внедрения в деятельность хозяйствующих субъектов находятся в центре внимания как отечественных, так и зарубежных исследователей. Значительный вклад в развитие данной проблематики внесли Р. И. Балашова [1], И. А. Бланк [2], Ю. С. Долганова [7], Л. А. Дробозина [8], С. И. Черных [9] и другие.

**Результаты и обсуждение**

В процессе деятельности предприятия его подразделения вступают в определенные отношения, которые связаны, с одной стороны, с его иерархической структурой и управлением деятельностью подразделений, а с другой, взаимодействием между подразделениями согласно технологической или производственной специализации. Управление подразделениями и организация отношений между ними основываются на экономических методах управления, для чего создается внутренний экономический механизм предприятия [5].

Хозяйственный механизм предприятия — сложная, открытая, вероятностная и непостоянная система с гибкими и преимущественно неустойчивыми внутренними и внешними связями [3]. Центральным в системе хозяйственного механизма является экономический механизм, который состоит из комплекса экономических методов, способов, рычагов, нормативов, показателей, с помощью которых реализуются объективные экономические законы.

Экономический механизм предприятия имеет сложную структуру, такую как: механизм формирования и использования ресурсов, механизм управления затратами, финансовый механизм, мотивационный механизм, механизм взаимодействия с рынком и т. д. [5]. Таким образом, экономический механизм предприятия должен обеспечивать как взаимодействие всех его подразделений и создавать соответствующие условия для получения дохода, так и учитывать внешние связи с экономической средой. В первом случае его принципы целиком определяются особенностями производственных отношений на предприятии, а во втором случае зависят от экономического механизма общества.

Состав экономического механизма предприятия можно представить в виде: внутреннего, к которому можно отнести элементы экономического механизма, действующие во внутренней среде предприятия (состав и структура затрат предприятия, технология производства, система мотивационных мероприятий по управлению персоналом), и внешнего, который обеспечивает связь предприятия с внешней экономической средой (это маркетинговый механизм взаимодействия с рынком и финансовый механизм формирования и использования денежных потоков). Т. е. связь с внешней рыночной конъюнктурой происходит через финансовый механизм и механизм маркетинга.

Эффективность всего общественного производства возникает под влиянием многих факторов, но определяющим является успешное управление финансами отдельных предприятий и финансово-кредитным механизмом в целом. Это требует глубокого изучения современного состояния форм и методов этого управления, совершенствования методологических принципов диагностики и оценки результативности финансового механизма, систематизации такой оценки.

Важным фактором, благодаря которому происходит количественное и качественное влияние на экономические процессы, как на макро-, так и на микроэкономическом уровне выступают финансы, которые в каждом конкретном случае приобретают форму финансовых ресурсов, поскольку выступают носителями специфических производственных отношений. Реализация возможностей использования финансов зависит от конкретных организационно-правовых форм функционирования финансовых отношений, многие из них определяются и устанавливаются государством. Потенциально эти возможности довольно велики, поскольку финансы имеют свойство ускорять или замедлять экономические процессы, которые характеризуются распределительной функцией: от пропорций, их эффективности и целесообразности во многом зависит уровень деловой активности и темпы экономического роста [6, 7].

Производственные отношения, сопровождающиеся движением финансовых ресурсов, способны создать предпосылки для изменения динамики этих отношений. Денежные фонды предприятий и государства, имеющие целевой характер, формируют условия, в которых происходит

производственная деятельность, и от эффективности их перераспределения во многом зависят возможные структурные сдвиги в сфере материального производства, достижение достаточного уровня накоплений у субъектов экономики.

На существующем этапе экономического развития, проблемы повышения эффективности управления в сфере финансовых отношений, как на уровне государства, так и отдельного предприятия, приобретают особую актуальность.

Процесс управления финансовой деятельностью предприятия базируется на определенном механизме, называемом финансовым. В литературе выделяют два уровня понимания финансового механизма: государственный уровень и уровень отдельного предприятия, но и в одном и в другом случаях существуют некоторые расхождения в толковании финансового механизма. Так, Л. О. Дробозина [8] дает следующую формулировку: «финансовый механизм представляет собой систему установленных государством форм, видов и методов организации финансовых отношений», а в дальнейшем предлагает подразделять его на директивный (обязательным участником которого является государство) и регулирующий, который присущ организациям и предприятиям. Такой подход позволяет четко отличать внешние и внутренние факторы регулирования финансовых отношений, но в самом определении финансового механизма внимание на этом не акцентируется.

И. О. Бланк употребляет словосочетание «механизм финансового менеджмента» по отношению к предприятию, которое по смыслу отличается от предыдущего толкования финансового механизма и дает следующее определение: «механизм финансового менеджмента представляет собой систему основных элементов, регулирующих процесс разработки и реализации управленческих решений в сфере финансовой деятельности предприятия» [2]. К указанным элементам автор относит государственное нормативно-правовое регулирование финансовой деятельности предприятия, рыночный механизм регулирования финансовой деятельности предприятия, внутренний механизм регулирования отдельных аспектов его финансовой деятельности и систему конкретных методов и приемов осуществления этого управления. В данном случае нет четкой разницы относительно внешних и внутренних влияний на формирование финансового механизма предприятия.

Анализируя различные подходы к определению понятия «финансовый механизм», авторы [6] предлагают на базе собственных исследований следующее определение: «финансовый механизм — это совокупность методов финансового влияния на социально-экономическое развитие и система финансовых индикаторов и финансовых инструментов, дающих возможность оценить это влияние» и также выделяют две подсистемы в финансовом механизме: финансовое обеспечение и финансовое регулирование.

Значительные расхождения во взглядах на финансовый механизм состоят в различном видении содержания этого понятия как формы реализации финансовой политики, как категории финансового управления, как методов и инструментов финансового влияния. Однозначной мысли по этому поводу у отечественных авторов не существует.

Если же говорить о зарубежной практике, то в литературных источниках (в аспекте финансового управления) теоретического определения финансового механизма не приводится, хотя методы финансового влияния исследуются.

Опираясь на приведенные исследования и взгляды относительно сущности финансового механизма, изложим свой взгляд на эту проблему, так как одним из условий стимулирования развития экономических процессов, достижения устойчивого экономического роста является создание адекватного финансового механизма взаимодействия государства и субъектов экономики. Для того чтобы структурировать приведенные мнения, необходимо, прежде всего, разделить уровни функционирования и воздействия финансового механизма, так как его со-

ставные элементы на микро- и макроуровнях управления будут отличаться. Соглашаясь в целом с разделением финансового механизма по признакам финансового управления (директивный и регулирующий), целесообразно было бы внести некоторые уточнения. Во-первых, более информативным с точки зрения сущности функций и влияния директивного финансового механизма (т. е. финансового механизма, обязательным участником которого является государство) целесообразно было бы его разделение в зависимости от того, на какие сферы влияет государство в процессе управления — на государственные финансы, или на финансы предприятий — на общий макроэкономический финансовый механизм и финансовый механизм государственного регулирования (в состав которого входят формы и методы, направленные на повышение эффективности взаимосвязей между государством и производственной сферой). Такой подход вызван необходимостью усиления внимания к повышению эффективности взаимодействия государства и предприятия как определяющего звена финансовой системы. Неопровержимость взаимосвязи и взаимозависимости между финансами предприятий и финансовой системой государства, а также необходимость более эффективных финансовых отношений между этими двумя основными звеньями финансовой системы и сформировала актуальность данного подхода к расстановке акцентов в структуре финансового механизма. И как самостоятельное звено необходимо выделять финансовый механизм предприятия.

В финансовом механизме предлагается различать два отдельных звена:

– общий макроэкономический финансовый механизм, обладающий основными элементами: планирование, контроль и регулирование общегосударственных финансов; правовое и нормативное обеспечение управления государственными финансами; организационная структура финансового управления государства;

– финансовый механизм государственного регулирования, составными которого выступают: нормативное и правовое обеспечения финансовой деятельности субъектов хозяйствования; совокупность форм и методов стимулирования; финансовое регулирование деятельности предприятий государственного сектора экономики.

Непосредственное влияние на финансовую деятельность предприятия оказывает финансовый механизм государственного регулирования (через ставки налогов, разнообразные стимулы и санкции), но, в свою очередь, эффективная организация и функционирование финансов предприятия влияет непосредственно на уровень государственных финансов (наполняемость государственного и местных бюджетов, внебюджетных фондов) и на экономический рост вообще.

Представленное мнение по поводу структуры финансового механизма позволяет выделить в системе макроэкономического регулирования экономики регулятор, осуществляющий влияние на итоги воспроизведенного процесса и от организации которого во многом зависят финансовая деятельность предприятия, финансовое и экономическое благосостояние государства и его граждан. Все структурные элементы финансового механизма находятся в тесной взаимосвязи, поэтому положительный конечный результат экономической деятельности, проявляющийся в постоянном экономическом росте, может быть получен только при условии действенного и слаженного финансового механизма как государства, так и предприятий, а также их взаимодействия [6].

Целесообразно с точки зрения влияния на финансово-хозяйственную деятельность предприятия разделять финансовый механизм на внешний и внутренний. К внешнему можно отнести все регулирующие рычаги государства, с помощью которых создается соответствующая экономическая, правовая и нормативная среда работающих предприятий.

Совсем другое дело — внутренний финансовый механизм предприятия, эффективность которого определяется формами, методами и инструментами,

используемыми предприятием в своей деятельности. Поэтому эта составляющая финансового механизма нуждается в пристальном внимании к организации его функционирования.

На основе анализа подходов к определению финансового механизма [1, 4, 6, 7, 8] представим следующее понимание финансового механизма предприятия:

Финансовый механизм предприятия — это совокупность форм и методов внешнего и внутреннего влияния на финансово-хозяйственную деятельность предприятия, предназначенных для повышения эффективности финансовых результатов производства.

В отличие от уже существующих толкований в данном случае делается акцент на то, что элементы финансового механизма предприятия зависят как от внешней, так и от внутренней среды функционирования предприятия. Так, например, с одной стороны, предприятие должно учитывать все внешние нормативы регулирования государством его финансово-хозяйственной деятельности, а с другой, на предприятии существуют внутренние нормативы затрат, под влиянием которых оно осуществляет внутреннюю хозяйственную деятельность.

Предлагается выделение в составе внутреннего финансового механизма обязательных элементов со своими методами и инструментами влияния на определенные стороны финансово-хозяйственной деятельности предприятия: диагностика уровня финансового обеспечения предприятия, финансовое планирование и прогнозирование, управление активами, формирование и распределение финансовых результатов, формирование финансового обеспечения. Особое внимание необходимо акцентировать на таком элементе, как диагностика, наличие которой позволяет распознать текущие ситуации, связанные с достаточностью финансовых ресурсов на отдельных направлениях производства.

Совершенствование финансового механизма предприятия охватывает несколько направлений: формирование рациональной структуры капитала предприятия, источников его финансового обеспечения, совершенствование системы расчетов, материальное стимулирование, управление финансовыми результатами и др. Но первое, с чего начинается процесс управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, и что, на наш взгляд, является одним из решающих факторов эффективности финансового механизма, — это имеющаяся структура капитала, денежных средств и вообще финансовое обеспечение. И если исходить из того, что финансы выступают важным инструментом влияния на хозяйственный процесс, то влияние это всегда осуществляется через определенный механизм, элементы которого должны быть довольно мобильными, чтобы предприятие могло с их помощью приспособиться к определенным изменениям среды. В первую очередь, такое приспособление происходит благодаря формированию эффективной структуры финансового обеспечения деятельности предприятия и постоянном наблюдении за ее соответствием тем внешним рыночным условиям, соответствующим внутренним колебаниям, присущим любой системе. Поэтому финансовое обеспечение предприятия требует постоянного управления с целью достижения наилучшего состава и структуры его источников. Обязательным этапом в этом управлении является диагностика финансового обеспечения, которая должна проводиться в тесной взаимосвязи с диагностикой хозяйственных показателей деятельности предприятия, таких как: выполнение производственной программы, состав и структура затрат на производство, запланированные объемы производства и др.

**Выводы**

Исследование сущности финансового механизма как внешней оболочки внутреннего экономического механизма предприятия, а также различных подходов к его определению позволило сформировать новый взгляд на общую структуру финансового механизма, с выделением трех элементов: общий макроэкономический финансовый механизм, меха-

низм государственного регулирования и финансовый механизм предприятия. Такая структура должна опираться на необходимость разработки адекватных элементов финансового механизма для согласования их с элементами финансового механизма предприятий государственного сектора экономики. Учитывая это, предлагается авторское определение финансового механизма предприятия и структуры его основных составных элементов. Обоснована необходимость повышения эффективности финансового обеспечения.

Таким образом, совершенствование финансового механизма предприятия, важной составляющей которого является своевременная диагностика финансового обеспечения, позволит снизить вероятность возникновения кризисных финансовых ситуаций и оказать содействие стабилизации производственного процесса.

**Библиографический список**

1. *Балашова, Р. И.* Методологические основы эффективного использования ресурсов предприятий // Экономические исследования и разработки. — 2016. — № 3. — С. 11–16.

2. *Бланк, И. А.* Основы финансового менеджмента. — Т. 1. — К., 2019.

3. *Гребенников, В. Ф., Пляскина, Н. И.* Конкурентная среда и предпринимательская активность на локальных рынках товаров массового спроса в России / под ред. Н. И. Суслова. — Новосибирск, 2021.

4. *Жунусова, Г. Ж.* Методологические основы финансового механизма развития возобновляемой энергетики в зарубежной практике // Обзор экономики Центральной Азии. — 2020. — № 2. — С. 143–156.

5. *Танчик, А. Ю.* Совершенствование организационно-экономического механизма управления эффективностью промышленного бизнеса (на примере предприятий промышленности строительных материалов Краснодарского края) : автореф. дис. к. э. н. — Краснодар, 2011.

6. Финансовые и денежно-кредитные методы регулирования экономики. Теория и практика : учебник для магистратуры / под ред. М. А. Абрамовой, Л. И. Гончаренко, Е. В. Маркиной. — 2-е изд. — М., 2018.

7. Финансы : учебник / под общ. ред. Н. Ю. Исаковой. — Екатеринбург, 2019.

8. Финансы, денежное обращение, кредит / под ред. Л. А. Дробозиной. — М., 2012.

9. *Черных, С. И., Фролова, Н. Д.* Финансово-кредитные механизмы для развития инновационных предприятий // Инновации. — 2018. — № 4. — С. 20–27.

**Bibliographic list**

1. *Balashova, R. I.* Methodological bases of effective use of resources of enterprises // Economic research and development. — 2016. — № 3. — P. 11–16.

2. *Blank, I. A.* Fundamentals of financial management. — Vol. 1. — K., 2019.

3. *Grebennikov, V. F., Plyaskina, N. I.* Competitive environment and entrepreneurial activity on local markets of mass-market goods in Russia / ed. by N. I. Suslov. — Novosibirsk, 2021.

4. *Zhunusova, G. Zh.* Methodological foundations of financial mechanism for development of renewable energy in foreign practice // Review of Economy of Central Asia. — 2020. — № 2. — P. 143–156.

5. *Tanchik, A. Yu.* Improving the organizational and economic mechanism of industrial business efficiency management (by example of enterprises of building materials industry of Krasnodar region) : PhD in Economics. — Krasnodar, 2011.

6. Financial and monetary methods of economic regulation. Theory and practice : textbook for master's degree / ed. by M. A. Abramova, L. I. Goncharenko, E. V. Markina. — 2nd ed. — M., 2018.

7. Finance : textbook / ed. by N. Yu. Isakova. — Yekaterinburg, 2019.

8. Finance, monetary circulation, credit / ed. by L. A. Drobozina. — M., 2012.

9. *Chernykh, S. I., Frolova, N. D.* Financial and credit mechanisms for development of innovative enterprises // Innovations. — 2018. — № 4. — P. 20–27.

*DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.023*

***С. В. Соленая, Л. Н. Рощина***

# ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПРОВОДИМОЙ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОЙ ПОЛИТИКИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ

**Аннотация**

В статье рассмотрена проблема оценивания влияния реализуемой таможенно-тарифной политики на экономическую безопасность страны. Авторы анализируют основные рычаги влияния на экономическую безопасность страны, одним из которых признается таможенное регулирование ВЭД.

**Ключевые слова**

Таможенно-тарифная политика, регулирование, экономическая безопасность, таможенные органы, таможенный контроль

***S. V. Solenaya, L. N. Roschina***

# ASSESSMENT OF IMPACT OF CUSTOMS AND TARIFF POLICY ON ECONOMIC SECURITY OF RUSSIA

**Annotation**

Article consider the problem of assessing impact of implemented customs and tariff policy on economic security of country. Authors consider the main levers of influence on economic security of country, one of which is recognized as customs regulation of foreign economic activity.

**Keywords**

Customs and tariff policy, regulation, economic security, customs authorities, customs control.

**Введение**

Увеличение степени геополитической напряженности, введение санкций против ключевых отечественных отраслей ведущими торговыми партнерами, ограничений на внешних рынках для российских экспортеров выдвинули на первый план проблему поддержания экономической безопасности России посредством формирования более совершенной системы таможенно-тарифного регулирования.

**Материалы и методы**

Научно-теоретической базой исследования выступили труды российских ученых, таких как: Б. З. Батова, И. Е. Докучаев, А. М. Ощепков, В. М. Редкоус, С. С. Сайфуллаев, С. Е. Трофимов, Т. В. Ускова, А. Хван, С. В. Чернобаева и др. Все перечисленные труды указывают на интерес рассматриваемой темы исследования, которая представляется достаточно хорошо изученной. Однако изменяющееся законодательство и современная ситуация вносят коррективы в изучаемый вопрос, что приводит к необходимости дальнейшего исследования.

Понятие экономической безопасности государства является достаточно сложным понятием. Его сущность состоит в том, чтобы обеспечить национальным интересам и социально-экономическому состоянию страны гарантированную защиту. Приведенное понятие указывает на то, что экономика государства признается как приоритетный фактор в обеспечении внешней и внутренней безопасности [3]. Поэтому необходимо использовать эффективную систему таможенно-тарифного регулиро-

вания. Это обусловлено тем, что взимание таможенных пошлин оказывает прямое влияние на пополнение государственного бюджета, а также обеспечивает развитие отечественного производства и защищает российского товаропроизводителя.

Экономическая безопасность признается основой национальной безопасности страны, устойчивого социального и экономического развития. С этой точки зрения экономическая безопасность определяется в качестве возможности государственной экономики как в целом, так и ее отдельных регионов, обеспечить стабильный уровень развития, защиту экономических интересов каждого гражданина, хозяйствующего субъекта, страны и ее регионов.

Фискальная политика означает оказание воздействия на экономическую конъюнктуру для того, чтобы посредством манипуляции государственным бюджетом ее стабилизировать, то есть проведение регулирования через уменьшение либо увеличение доходной и/или расходной его частей. Подобные манипуляции не означают изменение объема обращающихся денег.

Цель фискальной политики заключается в поддержании стабильного уровня экономического роста, повышение занятости и снижение безработицы, стабильность цен и снижение неблагоприятных последствий от инфляции. Тем самым фискальная политика на современном этапе развития отечественной экономики призвана реализовать следующие функции: определить важнейшие направления использования государственных финансовых ресурсов, сформировать методы финансирования и источники пополнения государственного бюджета, сделав его достаточным; стимулирования экономического роста. Следовательно, фискальная политика означает оказание влияния на величину ВВП, уровень инфляции и безработицы, в том числе на упорядочение государственных финансов [4].

Денежно-кредитная политика в сложившихся условиях представляется как важнейшая форма регулирования экономики со стороны государства. Она представляет собой систему взаимосвязанных мер, которые проводятся Центральным банком РФ для регулирования совокупного спроса посредством воздействия на состояние денежного обращения и кредита [3].

Отдельные направления и механизмы государственной экономической политики используются в разных целях, имеют разное сочетание и степень интенсивности. С учетом поставленных целей изменяется место механизма в системе средств государственного регулирования экономики.

**Результаты**

Одним из рычагов влияния на экономическую безопасность признается таможенное регулирование ВЭД, у которого одним из методов является таможенно-тарифное регулирование.

В условиях глобализации механизм обеспечения экономической безопасности представляет собой систему правовых и организационно-экономических мер, направленных на предотвращение угроз. К элементам этой системы относят следующие:

1) всесторонний и объективный анализ общества и экономики, чтобы построить прогнозы внешних и внутренних угроз экономической безопасности;

2) определение границ значений экономических и социальных показателей, в случае несоблюдения которых возникают угрозы социальных конфликтов и нестабильности в обществе;

3) государственная деятельность по обнаружению и последующему предупреждению угроз экономической безопасности.

Таможенно-тарифное регулирование имеет важное значение, поскольку оно призвано [8]:

– повышать объемы ввоза продукции для перспективных отраслей;

– ограничить в ввозе те виды продукции, которые составляют перспективным отраслям государства конкуренцию;

– создать благоприятные условия к перестройке отраслей, которые признаются как неконкурентоспособные, а также уход от отраслей, которые к такой перестройке не способны, тем самым минимизируются негативные социальные последствия;

– достигается на внутреннем рынке достаток в предложении товаров, если это не достигается при помощи иных инструментов экономической политики;

– платежный баланс достигает приемлемого состояния;

– национальные товаропроизводители получают гарантии защиты в случае возникновения со стороны иностранных экспортеров недобросовестной конкуренции.

Таможенно-тарифное регулирование используется с целью организации защиты российских производителей как от зарубежной конкуренции, так и для пополнения государственного бюджета при помощи установления ставок таможенных пошлин на вывозимые и ввозимые товары.

Развитию российского производства способствуют также тарифные льготы, которые оказывают стимулирующее воздействие на ввоз новейшего оборудования и технологий, необходимых и недостаточных для страны товаров, оказывает положительное влияние на экономическое и политическое сближение России с иными странами.

В целях защиты отечественного товаропроизводителя используется политика протекционизма, задачей которой выступает стимулирование национальной экономики, ее ограждение от иностранной конкуренции посредством тарифного и нетарифного регулирования. Протекционизм предполагает введение высокого уровня таможенных пошлин на импортные товары, а в отношении экспортной продукции вводятся, наоборот, низкие таможенные пошлины [4].

Целями политики протекционизма выступают следующие:

– постоянная защита стратегических отраслей российской экономики от иностранной конкуренции, которые могут в некоторой ситуации (например, во время войны) оказаться в невыгодном положении;

– временная защита для отраслей экономики, созданных недавно, что направлено на их укрепление и развитие, с целью последующего успешного конкурирования на международном уровне;

– ответные меры в случае проведения торговыми партнерами политики протекционизма.

Таможенно-тарифное регулирование, с одной стороны, служит источником государственного бюджета за счет таможенных платежей, а с другой, организует отечественному рынку защиту, служит развитию российского производства, снижает объемы импортных товаров.

**Обсуждение**

Чтобы наметить возможности и направления обеспечения на современном этапе экономической безопасности требуется определить угрозы, так как без этого невозможно реализовать меры обеспечения экономической безопасности.

Под угрозой экономической безопасности понимаются процессы и явления, которые оказывают отрицательное влияние на экономическое состояние государства, могут ограничить экономические интересы государства и его граждан, а также создать опасность для национальных ценностей, что приводится в Стратегии экономической безопасности РФ до 2030 г. [1].

В таблице 1 приводятся основные тренды роста ВВП в мире и в России, показывающие данные снижения к 2020 г. и их последующее восстановление в 2021 г. Основной угрозой для экономической безопасности России являются низкие темпы роста. В период 1991–2017 гг. отечественная экономика демонстрировала рост в 24 %, хотя после этого и до сегодняшнего дня — всего 4 %. Россий-

ская экономика, пережившая глубокий спад в 2007–2008 гг., практически не растет. Показатель ВВП в 2017 г. увеличился на 1,5 %, в 2018 г. — на 1,7 %, в 2019 г. — на 1,8 %, прогноз на 2023 г. показывает рост на 1,2 % [6].

Таблица 1 — **Основные тренды роста ВВП в мире и России, %** [5, с. 17]

| Вид рынка | 2001–2010 | 2011–2019 | 2020 | 2021 | 2022 (прогноз) |
|---|---|---|---|---|---|
| Мировой рынок | 3,9 | 3,5 | -3,1 | 6,2 | 5,1 |
| Развитые страны | 1,7 | 1,9 | -4,5 | 5,2 | 4,7 |
| Зона евро | 1,2 | 1,3 | -6,3 | 5,1 | 4,2 |
| Развивающиеся и страны с формирующимся рынком | 6,2 | 4,8 | -2,1 | 7,0 | 5,4 |
| Россия | 4,8 | 1,8 | -3,0 | 4,6 | 3,2 |

В 2021 г. процесс в восстановления отечественной экономики после коронавирусного шока имело весьма неравномерный характер. Так, в I квартале 2021 г. продолжался спад ВВП на 0,7 % в сравнении с аналогичным периодом 2020 г.; во II квартале отмечается мощный рост на 10,5 % в годовом выражении. При этом не удалось в III квартале удержать такие высокие темпы, поскольку они сократились в 4,3 %, то есть больше, чем в два раза. В IV квартале отмечается нарастание вокруг России геополитических рынков и изменение цен на глобальных рынках.

Однако основными факторами, которые оказали положительное влияние на динамику отечественной экономики в II–III кварталах 2021 г., выступили восстановление в мировой экономике спроса, рост цен на углеводородное сырье и возобновление интереса к российским финансовым активам [7].

Пандемия привела к резкому усилению социальных дисбалансов внутри государств, включая и ведущие богатые державы. Динамика мировой торговли в 2022 г. носит восстановительный характер, а прогноз на последующие годы связывается с ростом электронной торговли, развитием научно-технической революции, приближение к потребителю производства. Ситуации способствовала пандемия.

В течение периода 2019–2021 гг. объем российского экспорта превышает объем импорта. Его основой являются топливно-энергетические товары — 60 % в общем объеме.

В 2020 г. отмечается увеличение по сравнению с 2019 г. отрицательного сальдо торгового баланса в РФ на 81 млрд долл., но уже в 2021 г. он сократился на 34,4 млрд долл. Это указывает на то, что объем экспорта в 2020 г. превысил объем импорта на 177,2 млрд долл., и в Россию было поставлено импортных товаров больше, чем их реализовано. Само обеспечение в условиях глобального кризиса признается как фактор стабильности, поэтому российское государство должно больше внимания уделять системе импортозамещения.

Спад российского производства в качестве угрозы экономической безопасности повышает зависимость обеспеченности населения продовольствием от импорта, а наличие неконкурентоспособной продукции может способствовать к снижению позиций на внешнем и внутреннем рынках. Необходимо развивать российское производство, увеличивать расходы на НИОКР и повышение доли инвестиций в основной капитал. В обеспечении экономической безопасности важная роль отводится и бюджетам инновационной деятельности.

В качестве основной цели таможенного регулирования во внешнеторговой деятельности признается получение доходов от экспорта и импорта, чей удельный вес признается в государственном бюджете наиболее значимым. В связи с этим существенная часть поступлений осуществляется посредством таможенных платежей.

Вся деятельность российских таможенных органов является косвенным образом направленной на обеспечение экономических интересов государства. Следовательно, роль таможенных органов в системе обеспечения экономической безопасности и соблюдения национальных интересов подлежит постоянному расширению, что обусловлено усугублением и усложнением глобализационных процессов, их цифровизацией и расширением механизмов расширения торговых связей.

Современный этап модернизации российской экономики показывают, что 40 % доходов государственного бюджета обеспечивается таможенными платежами, что составляет основу бюджета экономической безопасности государства [2].

Необходимо провести анализ сумм таможенных пошлин, которые взимались в 2019–2021 гг. таможенными органами с целью обеспечения экономической безопасности. Видно, что по причине пандемической ситуации в мире в 2020 г. имеется самое наименьшее поступления в федеральный бюджет таможенных платежей. Их объем в 2020 г. составил в доходной части 23,5 % (4 751,8 млрд руб.) [7]. Но уже в 2021 г. очевидно их повышение на 10,6 %, что в денежном выражении составило 7 156,0 млрд руб. (+2 404,2 млрд руб.).

С учетом изложенного можно сделать вывод о том, что российские таможенные органы представляются ключевым фактором в системе обеспечения экономической безопасности. Но современная динамика в внешнеторговой и международной деятельности, изменение тенденций в мировой экономики предъявляют все более высокие требования к органам власти. На первом плане стоит ФТС России, по деятельности которой складывается мнение о российском государстве. Таким образом, недопустимо перманентное совершенствование ее деятельности. Основные усовершенствования увязываются с расширением возможности использования цифровых технологий. Цель последних заключается в обеспечении экономической безопасности посредством создания благоприятных условий в отношении добросовестных участников ВЭД, своевременного и эффективного обнаружения противозаконных действий.

Для обеспечения экономической безопасности необходимо развивать сотрудничество с подобными органами зарубежных стран: организация совместных мероприятий (обмен опытом, учения, аналитическая оперативная работы) и взаимодействие на информационном уровне, когда с учетом национальных интересов расширяются базы данных, а также повышение оперативности получения исходных и конечных показателей.

Направления совершенствования деятельности таможенных органов в отношении экономической безопасности, могут быть детализированы. Такая попытка уже была предпринята в Стратегии развития ФТС России до 2030 г. Но в качестве дальнейшего усовершенствования необходимо увеличить внимание к снижению рисков от введения цифровизации. Например, для обеспечения экономической безопасности нужно найти решение проблемы по многошаговой оптимизации информационной безопасности: защитить информацию о совершении операций, персональные данные в случае трансграничной передачи информации.

Таким образом, деятельность ФТС России является направленной на обеспечение оптимальных условий экономической безопасности государства, трансформирующиеся под влиянием внешних и внутренних факторов. Необходима дальнейшая модернизация работы российских таможенных органов с учетом сформулированных целей и возникающих, особенно во внешней среде, целей. Это обусловливается также негативными тенденциями экономических отношений на международном уровне.

На сегодняшний день можно сделать вывод о том, что Стратегия развития

таможенной службы РФ позволила выйти на новый этап развития таможенного контроля. Именно она дала толчок развития правовой основы механизма таможенного аудита, который применяется в соответствии с рекомендациями Всемирной таможенной организации во всем мире. Более того, необходимо развивать и другие передовые инструменты таможенного контроля, служащие для повышения его эффективности и результативности.

**Выводы**

Введение в действие рассмотренных направлений совершенствования таможенного контроля и повышения его результативности послужит не только улучшению контрольных мероприятий, сокращению времени на их проведение, но также будет способствовать повышению имиджа и репутации таможенных органов, снижению издержек участников ВЭД, развитию процедур содействия всем субъектам таможенной деятельности, и положительно окажет влияние на экономическую безопасность страны.

**Библиографический список**

1. Указ Президента РФ № 208 от 13.05.2017 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 г.».

2. *Булычева, К. А., Майсак, О. А.* Таможенные пошлины как фактор обеспечения финансовой безопасности Российской Федерации // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2019. — № 12–1.

3. *Мещериков, В. А.* Политика протекционизма в межгосударственных отношениях (на примере USMCA) // Сибирский юридический вестник. — 2020. — № 2 (89).

4. *Оболенская, М. Ф., Руднева, А. О.* Основы фискальной политики государства // Евразийский Союз Ученых. — 2020. — № 3–5 (72).

5. Россия и мир: 2022. Экономика и внешняя политика. Ежегодный прогноз / рук. проекта А. А. Дынкин, В. Г. Барановский. — М., 2021.

6. *Сайфуллаев, С. С.* Содержание и сущность экономической безопасности государства // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2019. — № 4–3.

7. Состояние показателей экономической безопасности России [Электронный ресурс]. — URL: https://schetuchet.ru/sostoyanie-pokazatelej-ekonomicheskoj-bezopasnosti-rossii.

8. *Ускова, Т. В.* Ключевые угрозы экономической безопасности России // Проблемы развития территории. — 2019. — № 1 (99).

**Bibliographic list**

1. Decree of President of Russian Federation № 208 from 13.05.2017 «On Strategy of economic security of Russian Federation for the period up to 2030».

2. *Bulycheva, K. A., Maysak, O. A.* Customs duties as factor of ensuring financial security of Russian Federation // Economics and Business: theory and practice. — 2019. — № 12–1.

3. *Meshcherikov, V. A.* Policy of protectionism in interstate relations (on example of USMCA) // Siberian Legal Bulletin. — 2020. — № 2 (89).

4. *Obolenskaya, M. F., Rudneva, A. O.* Fundamentals of fiscal policy of state // Eurasian Union of Scientists. — 2020. — № 3–5 (72).

5. Russia and the world: 2022. Economics and foreign policy. Annual forecast / project A. A. Dynkin, V. G. Baranovsky. — M., 2021.

6. *Sayfullaev, S. S.* Content and essence of economic security of state // Economics and Business: theory and practice. — 2019. — № 4–3.

7. State of indicators of economic security of Russia [Electronic resource]. — URL: https://schetuchet.ru/sostoyanie-pokazatelej-ekonomicheskoj-bezopasnosti-rossii.

8. *Uskova, T. V.* Key threats to Russia's economic security // Problems of territorial development. — 2019. — № 1 (99).

*DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.024*

***И. Е. Шапиро, М. В. Минасян, Э. В. Минасян***

# ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОГО РУБЛЯ КАК РЕЗЕРВНОЙ ВАЛЮТЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

**Аннотация**

Анализ текущей ситуации в мире позволяет сделать вывод о том, что американский доллар постепенно теряет свою гегемонию на мировом рынке. Интеграция национальной экономики в мировую, уход в международных расчетах от евро и доллара США говорят в пользу укрепления российской валюты и возможности ее продвижения на мировой арене. В связи с этим закономерно ставится вопрос о возможности укрепления и стабилизации российского рубля в качестве не просто международной, а резервной валюты. Вместе с тем, на данный момент в России существуют сдерживающие факторы, замедляющие процесс интернационализации рубля, к которым относятся высокие темпы инфляции, протекающей в стране, малая доля ВВП России в мировой экономике. Поддержку российской валюте в данном направлении окажет развитие международного рынка долговых ценных бумаг, номинированных в рублях. Поэтому, при изучении предпосылок обретения рублем статуса резервной валюты необходимо в обязательном порядке рассмотреть целесообразность продвижения российской валюты, а также последствия ее интернационализации для российской экономики в целом.

**Ключевые слова**

Российский рубль, резервная валюта, мировая экономика, международные резервы, интернационализация, курсы валют, доллар.

***I. E. Shapiro, M. V. Minasyan, E. V. Minasyan***

# PROSPECTS OF RUSSIAN RUBLE AS RESERVE CURRENCY IN CURRENT ECONOMIC SITUATION

**Annotation**

Analysis of current situation in world allows us to conclude that US dollar is gradually losing its hegemony in world market. Integration of national economy into world economy, departure from euro and US dollar in international settlements speak in favor of strengthening the Russian currency and possibility of its promotion on world stage. In this regard, question is naturally raised about the possibility of strengthening and stabilizing Russian ruble as not just international, but reserve currency. At the same time, at moment there are constraining factors in Russia that slow down process of internationalization of ruble, which include high rates of inflation occurring in country, small share of Russia's GDP in global economy. Development of international market of debt securities denominated in rubles will support Russian currency in this direction. Therefore, when studying the prerequisites for ruble to acquire the status of reserve currency, it is imperative to consider the feasibility of promoting Russian currency, as well as consequences of its internationalization for Russian economy as whole.

**Keywords**

Russian ruble, reserve currency, world economy, international reserves, internationalization, exchange rates, dollar.

**Введение**

Курс любой валюты формируется под воздействием спроса на денежную единицу и ее предложения на валютном рынке. Таким образом, с изменением соотношения между этими показателями изменяется и валютный курс. Кроме этого сильное влияние оказывают такие факторы, как уровень и темпы инфляции, цены на импорт и экспорт, процентные ставки, темпы экономического роста, возможные периоды нестабильности в мире и в стране-эмитенте, изменение денежно-кредитной политики центрального (эмиссионного) банка страны.

Для того чтобы денежная единица имела конкурентные преимущества на мировом валютном рынке, страна-эмитент должна обладать развитой экономикой, занимающей значительную роль в мировом хозяйстве. Спрос на валюту за рубежом определяется степенью участия государства в мировой экономике, в формировании валового мирового продукта с использованием национальной валюты. Однако не для каждого государства вывод его национальной валюты на мировую арену является целесообразным решением.

**Обсуждение**

В современных реалиях перенасыщения экономики необеспеченными долларами доверие иностранных инвесторов к доллару постепенно падает. Пандемия COVID-19 заставила ФРС США напечатать ничем не обеспеченные доллары США как для внутреннего, так и для внешнего рынка. Последствием данных мер стало сокращение доли активов США в резервах Центральных банков разных стран, что в результате ограничило применение доллара в качестве мировой резервной валюты.

Для окончательного ухода от доллара в международных расчетах сначала необходимо создать равную по качеству и распространению валюту, способную претендовать на звание «резервной». Экономические успехи, которые были достигнуты Россией за последние несколько лет, а также текущая ситуация на сырьевых рынках, говорят о возможности рубля перейти от статуса международной валюты к статусу «резервной». Такое положение валюты на мировой арене повысит конкурентоспособность российской финансовой политики, а также наделит российское государство долгосрочными геополитическими и экономическими преимуществами. Основные предпосылки укрепления российской валюты уже сформированы: Россия имеет высокие показатели по объему экспорта продукции, рубль по текущим и капитальным операциям обладает свободной конвертируемостью, а его покупательная способность характеризуется стабильностью благодаря наличию внушительных объемов международных резервов, даже несмотря на «заморозку» почти 50 % валютного резерва страны.

Впервые за долгое время российский рубль вернулся в топ-10 самых популярных мировых валют. Многие ведущие западные экономисты и финансисты уже утверждают, что российский рубль на сегодняшний день является самой крепкой и устойчивой валютой в мире. Усиление позиций рубля произошло из-за улучшения положения на пространстве Евразийского экономического союза, повышения цен на сырье, перевода большей части контрагентов на расчеты в российских рублях и большого количества денежных переводов в страны СНГ.

На протяжении последнего десятилетия объемы торговли российской валютой за рубежом закономерно увеличивались. Рубль имеет активное хождение на Казахстанской и Белорусской валютно-фондовых биржах. Таким образом, наблюдая все большее применение рубля на зарубежных рынках, можно сделать вывод о постепенно увеличивающемся спросе в мире на российскую валюту.

В последние 5 лет в России активно внедряется политика дедолларизации — процесса замещения доллара США в межнациональных расчетах. Об этом свидетельствуют данные 2019 г., по которым доля доллара в расчетах России с Индией

и Китаем снизилась с 73 до 49 %, а национальных валют увеличилась с 19 % в 2018 г. до 28 % в 2019 г. [1]. На протяжении последних нескольких лет в России прослеживается тенденция увеличения золотых запасов, свидетельствующая о курсе на дальнейшее сокращение использования доллара и других резервных валют в международных расчетах.

Важную роль в укреплении валютного курса рубля играют внешние факторы. В России рост мировых цен на сырьевые товары, составляющие основную часть российского экспорта, приводит к увеличению валютных доходов экспортеров от внешнеторговых операций. При этом со стороны экспортеров растет спрос на российский рубль, что создает условия для укрепления рубля.

Одновременно с объективным укреплением национальной валюты, существует понимание, что рубль — одна из самых недооцененных валют. Так, воспользовавшись методом, представленным в журнале The Economist, который демонстрирует разрыв между странами на примере бигмака, рассчитаем реальный курс российского рубля на конец 2021 г. (до начала спецоперации России от 24.02.2022). В России бургер стоил около 135 рублей, в то время как в США — 5,81 доллара. Понимая, что структура, процессы, логистика идентичны для производства и реализации одного гамбургера «бигмак» на разных территориях, при прочих равных, стоимость одного и того же продукта должна быть сопоставима. Следовательно, цена «бигмак» в России должна быть равна цене «бигмак» в Америке, в Англии, Франции и других странах, с учетом курса национальной валюты.

На конец 2021 г. курс российского рубля должен был колебаться в пределах (135 руб. / 5,81 долл. США) 23–25 руб. В это же время действительный курс в январе 2022 г. превышал 77 рублей. Данные расчеты позволяют сделать вывод о том, что рубль первоначально недооценен почти на 70 %.

Расчет «индекса Биг Мака», осуществляемый с поправкой на ВВП страны, позволяет учитывать тот факт, что в государствах с низким уровнем ВВП на душу населения бургеры должны стоить дешевле. Таким образом, можно говорить о скрытом потенциале российской валюты, который она показала в начале года и продолжает крепнуть, несмотря на санкции и уход большинства транснациональных корпораций с рынка.

Претендующая на резервный статус национальной валюты страна, помимо значительных масштабов экономики, должна занимать ведущие позиции и в мировой торговле. Экспорт России в 2021 г. составил 493 млрд долл., увеличившись на 46 %, по сравнению с 2020 г. На долю стран дальнего зарубежья приходилось 87 %, на страны СНГ — 13,1 %. Торговый оборот России с государствами, не поддержавшими западные санкции, в 2021 г. оказался равен 359,8 млрд долл., то есть 46 % от всей внешней торговли, в том числе 44,3 % совокупного экспорта и 48,6 % импорта. До обострения геополитической напряженности в 2021 г. на Евросоюз пришлось 36 % всего российского внешнеторгового оборота. Вторым крупнейшим партнером является Китай, продолжающий тесное экономическое сотрудничество с Россией. Доля КНР в товарообороте России составляет 140,8 млрд долл., или 18 %. Содружество Независимых Государств — третья по значимости торговая площадка для России, доля которой составляет 12,4 %. В качестве основных торговых партнеров России в 2021 г. также выступили Белоруссия, Турция, Казахстан и Индия.

**Результаты**

Поддержку рублю окажет повышение внешнего спроса на национальную продукцию. Чтобы оплачивать российские поставки иностранным гражданам придется приобретать рубль. Таким образом, значительно возрастает популярность данной валюты на международной арене.

Денежная единица России имеет качественные предпосылки для обрете-

ния статуса резервной валюты. Политика дальнейшего повышения спроса на российскую денежную единицу предполагает увеличение объемов торговли товарами, услугами и капиталом на мировом рынке. Для продвижения рубля необходимо, чтобы операции с ним сопровождались минимальными издержками и рисками. Рост привлекательности рубля на мировых валютных и финансовых рынках определяется рядом факторов [2]:

– открытость российской экономики – широкая распространенность валюты и ее доступность;

– стабильность макроэкономического развития и процентных ставок, умеренный темп инфляции;

– предсказуемая монетарная политика, плавающий курс валюты;

– высокоразвитый отечественный финансовый рынок и надежная рыночная инфраструктура;

– отсутствие ограничений на осуществление валютных операций с рублем;

– устойчивость валютного курса и покупательной способности рубля в долгосрочной перспективе;

– эффективное обеспечение защиты прав российских и международных инвесторов;

– лидирующая позиция в мировой экономике, значительная доля в глобальном производстве и экспорте товаров и капитала.

К эффективным методам продвижения рубля на международной арене следует также отнести: увеличение объемов применения российской валюты как во внешнеторговых расчетах, так и при размещении нерезидентами своих частных сбережений и официальных резервов, а также создание условий для дальнейшего наращивания объемов инвестирования средств в различные активы и сделок купли-продажи с использованием российской валюты на внутреннем и зарубежном рынках.

В настоящее время геополитическое положение в мире, военные действия на Украине в совокупности с западными санкциями против России, а также сложившаяся ситуация в энергетической сфере оказывают серьезное давление на рубль в части ухода крупных иностранных инвесторов и оттока инвестиций из страны.

Высокий уровень инфляции также затрудняет широкое распространение российской валюты и ее использование нерезидентами на мировом рынке. Поэтому необходимым условием продвижения рубля за рубежом является установление умеренного уровня годовой инфляции в пределах 3–4 %. Методы достижения данной цели отражены в «Основных направлениях единой государственной денежно-кредитной политики на 2022 г. и период 2023 и 2024 гг.».

Изучив структуру и оценив потенциал российской национальной валюты, мы можем сделать вывод: несмотря на потенциал рубля, в краткосрочной перспективе он не сможет в значительных масштабах заменить ведущие мировые резервные денежные единицы. На мировом уровне рубль способен соперничать только с валютами сопоставимого качества, уступая при этом китайскому юаню и валютам стран, имеющих активно развивающиеся финансовые рынки. Для успешного функционирования, не говоря уже о полноценной замене доллара, рублю потребуется еще немало времени.

Однако перед становлением на путь интернационализации рубля необходимо в обязательном порядке изучить вопрос о том, действительно ли обретение валютой резервного статуса несет исключительно положительные последствия для российской экономики. Существуют и немаловажные недостатки, выраженные в возможных рисках и повышенной ответственности государства. Зависимость от курсовых колебаний может оказать пагубное влияние на финансовую и макроэкономическую стабильность российского государства, поставив перед правительством ограниченный выбор инструментов для проведения монетарной политики.

Компании, деятельность которых сильно зависит от импорта, например,

автосалоны и магазины электроники, испытывают негативные последствия от падения рубля. Однако такое положение способствует стимулированию импортозамещения. При слабом рубле производителям приходится либо уходить с рынка, либо направить все свои усилия на совершенствование технологий производства, выводить его на новый уровень, тем самым развивая экономику. Сейчас весьма ощутима важность создания отечественных аналогов зарубежным товарам. Это оказывает положительное влияние на экономический рост страны, заставляя российский бизнес развиваться и совершенствоваться.

Ослабление национальной валюты оказывается наиболее выгодным для экспортеров нефти, газа, металла, зерна и софта, так как при повышении курса доллара их выручка в рублях растет. На экспорте продукции компаний «Роснефть», «Газпром», «РусАл», «Норникель», можно сказать, держится вся российская экономика. Если темпы ослабления рубля приобретут умеренный характер, около 1–2 % в месяц, товары российских экспортеров окажутся более конкурентоспособными на мировых рынках. Если рубль будет еще слабее, они смогут осуществлять выгодную торговлю посредством ценового демпинга, вытесняя конкурентов и зарабатывая на курсовой разнице.

Наконец, слабый рубль способствует привлечению иностранных инвестиций, что приводит к развитию российского торгового оборота, в то время как излишнее укрепление национальной валюты снижает конкурентоспособность российской промышленности из-за удорожания российских активов, товаров и услуг на зарубежных рынках.

**Выводы**

Для экономики найдутся плюсы как при сильном, так и при слабом рубле. Однако на данный момент слабый рубль оказывается более выгодным для нашего государства, но как только ситуация в мире начнет улучшаться, а в России сформируется свое производство, позволяющее не зависеть от импорта, ничего не помешает правительству встать на путь укрепления рубля.

В сложившейся экономической ситуации выведение российской валюты на международный уровень в статус «резервной валюты», несмотря на возможные преимущества, будет иметь значительные отрицательные последствия для России. Именно поэтому проведение политики интернационализации рубля в ближайшие годы, на наш взгляд, нецелесообразно.

**Библиографический список**

1. Федеральная таможенная служба. [Электронный ресурс]. — URL: https://customs.gov.ru.

2. *Мокеева, Н. Н.* Международные валютно-кредитные отношения : учебник [Электронный ресурс]. — URL: http://fdok.usue.ru/images/docs/Учебник%20МВКО.pdf

3. *Кондратов, Д. И.* Перспективы становления российского рубля как международной валюты.

4. *Толмачева, Ю. Ю.* Чем обернется пандемия COVID-19 для банковской системы Российской Федерации // Экономический форум : сб. статей II Междунар. науч.-практ. конф. — Пенза, 2020. — С. 116–119.

5. *Шапиро, И. Е.* Денежно-кредитная политика банка России и перспективы ценовой стабильности // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2021. — № 4 (76). — С. 181–187.

6. *Шапиро, И.Е.* Возможные риски и угрозы для банковской сферы при массовом внедрении технологии blockchain // Финансовые исследования. — 2019. — № 1 (62). — С. 32–36.

**Bibliographic list**

1. Federal Customs Service [Electronic resource]. — URL: https://customs.gov.ru.

2. *Mokeeva, N. N.* International currency and credit relations : textbook [Electronic resource]. — URL: http://fdok.usue.ru/images/docs/Учебник%20МВКО.pdf.

3. *Kondratov, D. I.* Prospects of formation of Russian ruble as international currency.

4. *Tolmacheva, Yu. Yu.* What will turn COVID-19 pandemic for banking system of Russian Federation // Economic Forum : collection of articles of II International scient.-pract. conf. — Penza, 2020. — P. 116–119.

5. *Shapiro, I. E.* Monetary policy of Bank of Russia and prospects for price stability // Vestnik of RSUE (RINH). — 2021. — № 4 (76). — P. 181–187.

6. *Shapiro, I. E.* Possible risks and threats for banking sector in mass implementation of blockchain technology // Financial Research. — 2019. — № 1 (62). — P. 32–36.

***DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.025***

***Н. А. Яровой***

## УСТОЙЧИВЫЕ БИЗНЕС-ГРУППЫ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: КЛАССИФИКАЦИЯ, МОДЕЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Аннотация**

Бизнес-группы промышленных предприятий различаются природой возникновения, предназначением, структурой и значениями различных параметров. В исследовании осуществлена авторская классификация интеллектуально функционирующих бизнес-групп на следующие типы: кластеры, саморегулируемые организации и группы предприятий в составе техноценозов. Рассмотрены основные функции и особенности функционирования кластеров и саморегулируемых организаций. Обоснована необходимость формализации (математического моделирования) и возможность формирования элементов искусственного интеллекта при функционировании бизнес-групп промышленных предприятий. Проанализирован соответствующий математический инструментарий: теория активных систем, теория игр, теория техноценозов. Обозначена роль бизнес-групп промышленных предприятий в формировании и функционировании техноценозов.

**Ключевые слова**

Бизнес-группы промышленных предприятий, кластеры, саморегулируемые организации, коллективный интеллект, техноценозы, теория активных систем.

***N. A. Yarovoy***

## INTELLIGENTLY FUNCTIONING BUSINESS GROUPS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES: CLASSIFICATION, MODELING OF ACTIVITIES

**Annotation**

Business groups of industrial enterprises differ in nature of their origin, purpose, structure and values of various parameters. Author's classification of intellectually functioning business groups into following types is carried out in study: clusters, self-regulating organizations and groups of enterprises as part of technocenoses. The main functions and features of functioning of clusters and self-regulating organizations are considered. Necessity of formalization (mathematical modeling) and possibility of forming elements of artificial intelligence in functioning of business groups of industrial enterprises is substantiated. Corresponding mathematical tools are analyzed: theory of active systems, theory of games, theory of technocenoses, etc. Role of business groups of industrial enterprises in formation and functioning of technocenoses is outlined.

**Keywords**

Business groups of industrial enterprises, clusters, self-regulating organizations, collective intelligence, technocenoses, theory of active systems.

**Введение**

Согласно классическому представлению, «бизнес-группой является совокупность юридически обособленных фирм, связанных между собой постоянными формальными и/или неофициальными способами» [1]. Бизнес-группы (БГ) представляют собой особые формы организации предприятий, совместно использующих некоторые активы, включая финансовые. Наиболее известными БГ являются холдинговые структуры и финансово-промышленные группы.

В последние годы все чаще происходит квазинтеграция предприятий в так называемые, сетевые индустриальные организации (сокращенно СИО) [2]. В СИО роль финансовых ресурсов вторична, а основой являются доверие и хорошо налаженные длительные кооперационные и информационные связи. Они не преследуют четко поставленных целей и задач, а меняют их при необходимости.

Существует ряд факторов, способствующих объединению предприятий в БГ [2]. В БГ снижаются:

– риски, возникающие вследствие узкой специализации производства предприятия;

– информационная асимметрия, характерная для рыночных механизмов: одни предприятия более информированы о рынке, чем другие;

– входные барьеры на рынок и возможности генерировать такие барьеры для конкурентов;

– транзакционные издержки на обслуживание судебной системы, фондового рынка, системы страхования и др.

В БГ повышаются:

– эффективность распределения ресурсов за счет внутригруппового их перераспределения;

– спектр инновационных ресурсов. Включение предприятий в БГ позволяет совместно использовать дефицитные ресурсы на стыке интересов;

– возможности рынка осуществлять координацию сложных, комплексных инноваций;

– возможности усиления рыночных позиций посредством внутригрупповой координации;

– возможности межфирменной интеграции [2].

Кроме того, в БГ возникает коллективный интеллект совместно функционирующих предприятий, обеспечивающий положительный синергетический эффект их взаимодействия.

В научной литературе существует несколько различных классификаций БГ. В рамках нашего исследования актуальными являются БГ следующих видов: кластеры, саморегулируемые организации (СРО), группа предприятий в составе техноценоза.

Цели и задачи исследования заключаются в уточнении видов БГ и их функционального назначения, а также определении возможности формирования интеллектуально функционирующих БГ.

**Материалы и методы**

*1. Функциональная классификация бизнес-групп промышленных предприятий*

*1.1 Кластеры предприятий*

Если внутри конкретного предприятия отношения его частей (бухгалтерия, кадры, маркетинг, производство, сбыт и т. д.) характеризуются сильными связями, то есть преобладает системная организация производства, то в БГ кластеров и СРО эти связи средней силы, что и определяет не системную, а сетевую организацию производства. То есть возникают СИО. Такая структура гибче и пластичнее. Она обладает повышенной живучестью, оперативнее реагирует на внешние и внутренние возмущения, создает, как правило, положительный синергетический эффект взаимодействия. Рассмотрим далее кластерные БГ, используя идеи Портера [3] с использованием классификационных схем, которые позволяют понять их природу и особенности функционирования. Каждый конкретный кластер занимает свою позицию в каждой классификационной схеме. В них формируется сложная структура свя-

зей, характеризующих, как конкуренцию, так и кооперацию участников, но в настоящее время нет надежных математических методов, формализующих эти отношения. В статье предлагается использовать для этой цели аппарат теории активных систем (ТАС) [5]. Она позволяет учесть интересы участников кластера, находящихся как на одном, так и разных управленческих уровнях.

Таблица 1 — **Типология кластерных БГ** [4]

| Признак | Тип | Описание |
|---|---|---|
| По способу появления | возникающие стихийные | цели, структура отношений формируются методом проб и ошибок |
| | специально сформированные | регламентированы априори |
| По характеру отношений | реальные | предприятия относительно независимы друг от друга |
| | ложные | принудительно организованы, возникают при доминирующей фирме |
| По технологическим параметрам | индустриальные | производят традиционные товары |
| | кустарные | продукция невысокого технического уровня, но с высокой степенью дифференциации |
| | интеллектуальные или инновационные | включают большое количество новых компаний, возникающих в процессе коммерциализации научной деятельности |
| По зоне ответственности | региональные | регионально ограничены внутри родственных секторов вокруг научного или промышленного центра |
| | с вертикальными производственными связями в узких сферах деятельности | образуются вокруг головных предприятий, охватывающих процессы производства, поставки и сбыта |
| | промышленные | фокусируются на конкуренции внутри сектора, обладают тенденцией иметь более широкие границы |
| По уровню развития | сильные | характеризуются высокой внутренней конкуренцией и интенсивным взаимодействием |
| | устойчивые | демонстрируют позитивную динамику всех элементов кластера |
| | потенциальные | имеющие перспективы дальнейшего развития |
| | латентные | имеют размытую кластерную структуру, слабые и неустойчивые связи |

В рамках ТАС каждое предприятие характеризуется некоторым критерием и распределение ресурсов между ними, взаимной загрузки выполняется на основе расчета интервала согласованных решений. Подробнее этот и иной инструментарий формализации взаимодействия промышленных предприятий в БГ рассмотрены далее.

*1.2 Саморегулируемые организации (СРО)*

Под саморегулируемыми организациями понимают некоммерческие организации, добровольно объединившиеся субъекты предпринимательской деятельности для совместной работы в определенной отрасли производства продуктов (товаров, работ, услуг) [6].

В России порядок создания и регулирование деятельности СРО определяется Законом № 315-ФЗ от 01.12.2007 «О саморегулируемых организациях», а также федеральными законами, регулирующими соответствующий вид деятельности [6].

Как и в предыдущем случае (кластерная организация деятельности предприятий) институт СРО в стране сформирован как менеджерская парадигма (в рамках идеологии политической эконо-

мики). К сожалению, в ней не прописаны к обязательному исполнению формализованные процедуры, которые позволили бы в полном объеме реализовать заложенный в идее СРО потенциал.

*2. Формализация взаимодействия предприятий в БГ*

Обоснуем математический инструментарий, обеспечивающий данную формализацию.

Оптимизация структуры отношений в цепи государство, СРО (кластер) — предприятия. Здесь используем идеи ТАС в части согласования интересов хозяйствующих субъектов разного уровня управления [5] и модели двухсекторной экономики [8]. В каждом случае имеем два типа таких отношений: государство — СРО и СРО — частные предприятия — участники СРО.

В первом случае верхний уровень накладывает штрафные санкции за невыполнение задания, согласованные с возможностями хозяйствующих субъектов нижнего уровня. Здесь используются регрессионные зависимости результатов функционирования предприятий от их загрузки.

Во втором случае между уровнями управления распределяются ресурсы, предназначенные для обслуживания функционирования и развития хозяйствующих агентов. В этом случае оперируем моделями, представленными в виде дифференциальных уравнений и принцип максимума Понтрягина.

Механизмы распределения дефицитных ресурсов (материалы, оборудование, финансы, кадры). Формализация этих механизмов может быть осуществлена также различными способами (в зависимости от имеющейся исходной информации). Это: методы математического программирования (линейного, нелинейного, динамического, целочисленного) [9], метод обратных приоритетов (частный метод ТАС) [5].

Первый набор методов работает в условиях открытой, слабо зашумленной информации, известных моделей функционирования исследуемых предприятий, второй ориентирован на закрытую информацию и использует игровую стратегию принятия решений.

Конкурсные механизмы. Здесь ТАС предлагает целый спектр подходов, учитывающий различные постановки задачи и особенности имеющейся информации: дискретные и непрерывные конкурсы, одно- и многоэтапные конкурсы, конкурсы с гарантированной эффективностью и др. В данном случае конкурс организуется «сверху» — вышестоящей организацией. Она и определяет условия конкурса. Кроме того, для решения этой задачи могут быть использованы формализмы теории игр [10]. Теперь конкурс рассматривается как соревнование двух предприятий одного уровня: каждое из них самостоятельно формулирует цели и варианты конкурса, определяет стратегию выбора подходящего решения.

Технологии принятия, исполнения и контроля решений внутри самой СРО (кластера) [5]. При этом механизмы контроля над деятельностью предприятия классифицируются на механизмы комплексного оценивания, механизмы согласия, многоканальные механизмы, механизмы дополнительных соглашений и др. [5].

Методы индивидуального и коллективного стимулирования труда [5], которые отражают различные постановки, используя различные модели: непрерывные и дискретные, стимулирования за индивидуальные и коллективные результаты, стимулирования в матричных структурах, ранговые системы стимулирования, экономической мотивации и др.

Другие важные математические конструкции [5], например, механизмы управления составом и структурой организационных систем, механизмы планирования.

**Результаты и обсуждение**

*Предприятия в составе кластеров (техноценозов)*

Кроме сильных (собственно внутри предприятия) и средних (в кластерах и

СРО) связей между промышленными предприятиями могут быть слабые силы взаимодействия, которые действуют опосредовано через изменение спроса и предложения на продукцию. Они приводят к образованию техноценозов (ТЦ), которые позволяют идентифицировать текущее состояние промышленности региона (отрасли), прогнозировать его развитие (по потенциальному развитию соответствующего ТЦ), управлять им. Так, в работе [11] в качестве примера приведена оценка видового и параметрического состояния отопительного газоиспользующего оборудования (ОГИО) г. Каменск-Шахтинск Ростовской области.

Замена категории «предприятие» на «оборудование», очевидно, не имеет принципиального значения. Показано, что по критерию устойчивости данного ТЦ он далек от оптимального состояния, так как ключевой параметр распределения $\beta$:

$$W(r) = A/r^{\beta} = 1/r^{0,13}, \quad (1)$$

равный 0,13 далек от канонического равного 1.

Считается, что более устойчивый ТЦ является и более эффективным [12]. В связи с этим и выстраивается система мер по совершенствованию ОГИО в городе. Эта система мер предполагает как качественное (изменение мощности оборудования), так и количественное изменение состава ОГИО. Здесь необходимы уточняющие комментарии. Действительно, чем ближе значение ключевого параметра распределения к 1, тем ТЦ устойчивее. А это означает, что он сильнее «сопротивляется» изменениям, в том числе и влиянию управляющих воздействий. Таким образом, ТЦ характеризуется несколькими критериями (безопасность, финансовая и производственная эффективность, качество производства и пр.), среди которых критерии устойчивости и управляемости являются взаимно противоречивыми: повышение устойчивости снижает управляемость, и наоборот. Механизм согласования этих критериев представлен на рисунке 1.

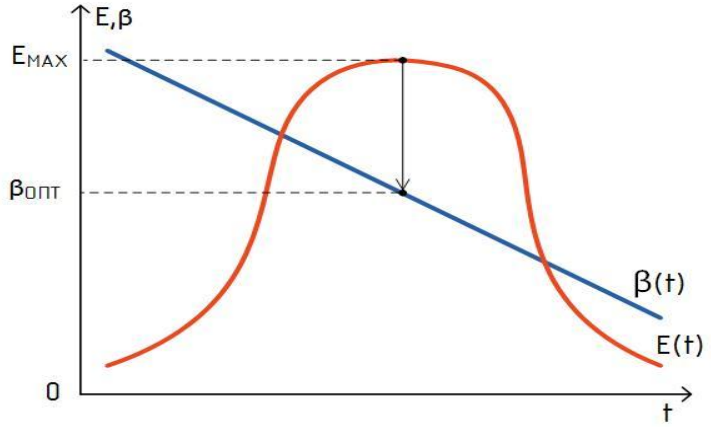


Рисунок 1 — **Границы оптимизации ТЦ***

* *Составлен по материалам [13].*

Здесь обозначено: *E(t)* — ключевой параметр (критерий), характеризующий функционирование техноценоза в целом: например, эффективность (финансовая или производственная), безопасность; *t* — время или иной управляемый параметр ТЦ; *β(t)* — параметр ТЦ, так же, как функция от *t*.

Из рисунка 1 следует, что экстремум базового критерия *E(t)* достигается при определенном значении $\beta = \beta_{ОПТ}$ компромиссном между устойчивостью и управляемостью ТЦ.

*Формирование коллективного интеллекта кластеров и СРО на основе применения теории активных систем.*

ТАС, как это уже обоснованно выше, обеспечивает формализацию (моделирование) процессов в организационных системах и управление ими [5]. В

рамках этой идеологии конкретные промышленные предприятия БГ на некоторой цифровой платформе представляются своими виртуальными агентами (адекватно представленными формальными критериями, ограничениями, возможностями).

На платформе осуществляется средствами ТАС согласование их интересов. То есть в любой из перечисленных выше БГ промышленные предприятия выступают в роли некоторых нейронов коллективного «мозга» БГ.

Математический инструментарий ТАС охватывает реализацию всех традиционных функций организационного управления (менеджмента) не на уровне вербальных соглашений, а в формальной плоскости. В частности, к ним относятся механизмы:

– организации взаимодействия, которые включают противозатратные и самоокупаемые процедуры, страхование производственных рисков и форс-мажорных ситуаций, оптимизацию производственных процессов и др.;

– планирования деятельности, такие как: распределение ресурсов, конкурсные процедуры, обмена в задачах планирования и стимулирования и пр.;

– контроля, реализуемые в рамках различных управленческих парадигм: комплексного оценивания, согласия, дополнительных соглашений и др.;

– стимулирования труда сотрудников за индивидуальные и коллективные результаты, в иерархических и матричных структурах управления, в теории контрактов, унифицированные механизмы и пр.

Таким образом, ТАС позволяет описать различные виды конкуренции и сотрудничества. В рамках этой теории промышленные предприятия, включенные в кластеры и/или СРО можно рассматривать как агентов, обладающих собственными целевыми установками, собственными ресурсами, заинтересованных в коллективных действиях.

**Выводы**

Осуществлена классификация БГ на кластеры, саморегулируемые организации, группы предприятий в составе техноценоза. Проанализированы кластеры и саморегулируемые организации, как типичные виды бизнес-групп промышленных предприятий. Проанализирован математический инструментарий реализации интеллектуального поведения кластеров, СРО, групп предприятий в составе техноценоза. Обоснована возможность возникновения искусственного интеллекта функционирования бизнес-групп промышленных предприятий при использовании инструментария теории активных систем. Обозначена роль бизнес-групп промышленных предприятий в формировании техноценозов.

**Библиографический список**

1. *Granovetter, M*. Business groups and social organization / N. Smelser, Swedberg R. (eds.). Handbook of Economic Sociology. — Princeton, 2005. — P. 429.

2. Бизнес-группы в современной экономике [Электронный ресурс]. — URL: http://www.cemi.rssi.ru/publication/e-publishing/dementiev/EconomyCh30-2008.pdf.

3. *Портер М.* Конкуренция. — М., 2010. — С. 235–238.

4. *Самострокова, Е. С.* Классификация кластеров предприятий // Молодой ученый. — 2012. — № 1 (36). — Т. 1. — С. 141–143.

5. *Новиков, Д. А.* Теория управления организационными системами. — М., 2005.

6. Федеральный закон от 13.07.2015 № 223-ФЗ «О саморегулируемых организациях в сфере финансового рынка и о внесении изменений в статьи 2 и 6 Федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

7. *Лескова, Ю. Г.* Концептуальные и правовые основы саморегулирования

предпринимательских отношений. — М., 2013.

8. *Лябах, Н. Н., Денисов, А. В.* Алгоритмическое, математическое, информационное обеспечение формирования портфеля инновационных проектов // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Технические науки. — 2009. — № 1. — С. 36–42.

9. Математическое программирование: теория и методы : учеб. пособие / Н. В. Гредасова, А. Н. Сесекин, А. Ф. Шориков, М. А. Плескунов. — Екатеринбург, 2020.

10. *Кремлев, А. Г.* Основные понятия теории игр : учеб. пособие. — Екатеринбург, 2016.

11. *Кузьминов, А. Н., Джуха, В. М., Филиппов, С. В.* Инструменты обеспечения технико-экономической устойчивости производственных систем // Вестник ДГТУ. — 2012. — № 1 (62). — Вып. 2. — С. 173–181.

12. *Гнатюк, В. И.* Оптимальное построение техноценозов. Теория и практика: Монография. — Вып. 9: Ценологические исследования. — М., 1999.

13. *Шаповалова, Ю. В.* Повышение эффективности и безопасности функционирования транспортно-технологических систем на основе процессной организации производства : дис. к. т. н. — Ростов-на-Дону, 2022.

**Bibliographic list**

1. *Granovetter, M.* Business groups and social organization / N. Smelser, Swedberg R. (eds.). Handbook of Economic Sociology. — Princeton, 2005. — P. 429.

2. Business groups in modern economy [Electronic resource]. — URL: http://www.cemi.rssi.ru/publication/e-publishing/dementiev/EconomyCh30-2008.pdf.

3. *Porter, M.* On Competition. — M., 2010. — P. 235–238.

4. *Samostrokova, E. S.* Classification of enterprise clusters // Young scientist. — 2012. — № 1 (36). — Vol. 1. — P. 141–143.

5. *Novikov, D. A.* Theory of management of organizational systems. — M., 2005.

6. On self-regulatory organizations in sphere of financial market and about modification of articles 2 and 6 of Federal law «On Modification of Separate Legal Acts of the Russian Federation»: federal law from 13.07.2015 № 223-FZ.

7. *Leskova, Yu. G.* Conceptual and legal foundations of self-regulation of business relations. — M., 2013.

8. *Lyabakh, N. N., Denisov, A. V.* Algorithmic, mathematical, informational support of formation of portfolio of innovative projects // Izvestiya vuzov. Sev.-Kav. region. Technical sciences. — 2009. — № 1. — P. 36–42.

9. Mathematical programming: theory and methods: textbook / N. V. Gridasova, A. N. Sesekin, A. F. Shorikov, M. A. Pleskunov. — Yekaterinburg, 2020.

10. *Kremlev, A. G.* Basic concepts of game theory : textbook. — Yekaterinburg, 2016.

11. *Kuzminov, A. N., Dzhukha, V. M., Filippov, S. V.* Tools for ensuring technical and economic stability of production systems // Vestnik of Don State Technical University. — 2012. — № 12 (1–2). — P. 173–181.

12. *Gnatyuk, V. I.* Optimal construction of technocenoses. Theory and Practice: Monograph. — Edition 9: Cenological research. — M., 1999.

13. *Shapovalova, Yu. V.* Improving the efficiency and safety of functioning of transport and technological systems based on process organization of production : dis. of candidate of technical sciences. — Rostov-on-Don, 2022.

# НАШИ АВТОРЫ

**Контактная информация авторов журнала «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)»**

**№ 3 (79), СЕНТЯБРЬ, 2022**

## РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

**Бухов Никита Витальевич** — зам. директора института развития технологий цифровой экономики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: bnvscience@gmail.com.

**Гузенко Анна Владимировна** — к. э. н., доцент кафедры логистики и управления транспортными системами Ростовского государственного университета путей сообщения».

E-mail: mavriktana@mail.ru.

**Гузенко Наталья Владимировна** — к. э. н., доцент кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: musamav@mail.ru.

**Дмитриев Александр Викторович** — к. э. н., доцент кафедры логистики и управления цепями поставок Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

E-mail: poliskasko@bk.ru.

**Добролежа Елена Валерьевна** — д. э. н., профессор кафедры банковского дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: dobroleja.elena@ya.ru.

**Ерохина Татьяна Борисовна** — д. э. н., профессор кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: tb.erohina@gmail.com.

**Калицева Кристина Асланбековна** — ст. преподаватель кафедры уголовного права и процесса Северо-Осетинского государственного университета имени К. Л. Хетагурова.

E-mail: kalitseva.kristina@yandex.ru.

**Кузьминов Александр Николаевич** — д. э. н., профессор кафедры инновационного менеджмента и предпринимательства Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: mr.azs@mail.ru.

**Кушнаренко Татьяна Владимировна** — д. э. н., доцент, зав. кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита Донского государственного технического университета.

E-mail: tvkushnarenko@mail.ru.

**Новицкая Алла Александровна** — к. э. н., доцент департамента мировой экономики и международного бизнеса Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

E-mail: anovitskaya@fa.ru.

**Нос Виктор Анатольевич** — д. э. н., профессор кафедры логистики и управления цепями поставок Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

E-mail: hocvik@yandex.ru.

**Пархоменко Татьяна Валерьевна** — д. э. н., профессор кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: inrost@list.ru.

**Романенко Святослав Вячеславович** — магистрант ПМИ 821 Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: seva__kot@mail.ru.

**Рябченко Алексей Александрович** — аспирант Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: ya.ya.ya.pas@yandex.ru.

## РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

**Бондаренко Виктория Андреевна** — д. э. н., доцент, зав. кафедрой маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: b14v@yandex.ru.

**Будяков Андрей Николаевич** — к. т. н., ассистент кафедры экономики и управления на предприятии Грозненского государственного нефтяного технического университета имени академика М. Д. Миллионщикова.

E-mail: haskr@yandex.ru.

**Дадаян Наринэ Аркадьевна** — доцент кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

**Змияк Сергей Сергеевич** — д. э. н., профессор, зав. кафедрой мировой экономики Донского государственного технического университета.

E-mail: sergey_zm@list.ru.

**Карпова Надежда Викторовна** — к. э. н., доцент кафедры экономики Новочеркасского инженерно-мелиоративного института имени А. К. Кортунова Донского государственного аграрного университета.

E-mail: karpovnadezhda@yandex.ru.

**Кулаков Николай Витальевич** — соискатель кафедры финансов Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: paritet-RO7@mail.ru.

**Миргородская Ольга Николаевна** — к. э. н., доцент кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: olyana_mon@mail.ru.

**Писарева Екатерина Владимировна** — д. э. н., профессор кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: ekaterina838@yandex.ru.

**Пржедецкая Наталия Витовна** — д. э. н., доцент, профессор кафедры экономической теории Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

**Созинова Анастасия Андреевна** — д. э. н., доцент, заместитель директора Института экономики и менеджмента по научной деятельности Вятского государственного университета.

E-mail: aa_sozinova@vyatsu.ru.

**Хачатурян Наринэ Рафаэловна** — к. э. н., доцент кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: narinehachaturyan@mail.ru.

**Шепилов Сергей Владимирович** — аспирант кафедры мировой экономики Донского государственного технического университета.

E-mail: shepilovsv_74@mail.ru.

## РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

**Андреева Ольга Валентиновна** — к. э. н., доцент, руководитель Центра стратегических исследований социально-экономического развития Юга России, доцент кафедры финансов Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: olvandr@ya.ru.

**Асриев Самвел Владимирович** — к. э. н., доцент, заведующий научной лабораторией социально-экономических исследований и цифровизации филиала РЭУ имени Г. В. Плеханова в г. Пятигорске.

E-mail: asrievsv@yandex.ru.

**Багирян Варвара Александровна** — ст. преподаватель кафедры общего и стратегического менеджмента Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: yana_bagiryan@mail.ru.

**Берберова Елена Георгиевна** — к. и. н., научный сотрудник филиала Ростовского государственного экономического университета (РИНХ) в г. Кисловодске.

E-mail: blenok@mail.ru.

**Гончарова Светлана Николаевна** — к. э. н., доцент, зав. кафедрой общего и стратегического менеджмента Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: pogojeva-sng@mail.ru.

**Данченко Евгения Александровна** — к. э. н., доцент кафедры банковского дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: dear_910@mail.ru.

**Исраилова Элима Адамовна** — д. э. н., доцент, зав. кафедрой мировой политики и глобализации Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

**Климук Владимир Владимирович** — к. э. н., доцент, первый проректор Барановичского государственного университета, Республика Беларусь.

E-mail: klimuk-vv@yandex.ru.

**Климук Евгения Валерьевна** — ст. преподаватель Барановичского государственного университета, Республика Беларусь.

E-mail: evgenya11s@mail.ru.

**Кюрджиев Сергей Пантелеевич** — д. э. н., профессор, зав. кафедрой экономики, финансов и природопользования Южно-Российского института управления (филиал Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ).

E-mail: ksp@aaanet.ru.

**Личковаха Дарья Валерьевна** — экономист финансового отдела АО «Донэнерго».

E-mail: Dasha1993-05@mail.ru.

**Мамбетова Александра Александровна** — д. э. н., профессор кафедры налогов и налогообложения Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: Sashusha7@mail.ru.

**Минасян Милена Вреженовна** — бакалавр 2-го курса учетно-экономического факультета Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: milenaMin030404@gmail.com.

**Минасян Элина Вреженовна** — бакалавр 2-го курса учетно-экономического факультета Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: minasanelina08@gmail.com.

**Павленко Инна Анатольевна** — к. э. н., доцент, зав. кафедрой экономических и гуманитарных дисциплин филиала Ростовского государственного экономического университета (РИНХ) в г. Кисловодске.

E-mail: docent_pavlenko@mail.ru.

**Пешкова Елена Петровна** — д. э. н., профессор кафедры экономики, финансов и природопользования Южно-Российского института управления (филиал Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ).

E-mail: 79282703701@yandex.ru.

**Рощина Лидия Николаевна** — д. э. н., профессор кафедры международной торговли и таможенного дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: roschina.lidia@yandex.ru.

**Соленая Светлана Валентиновна** — к. э. н., доцент, зав. кафедрой международной торговли и таможенного дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: solenaya_customs@mail.ru.

**Шапиро Ирина Евгеньевна** — к. э. н., доцент кафедры банковского дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: 19iesha77@gmail.com.

**Шлыкова Ирина Александровна** — экономист ГБОУ СО КК «Архангельский ПНИ».

E-mail: ira.shlykova.2015@mail.ru.

**Яровой Николай Алексеевич** — аспирант кафедры инновационного менеджмента и предпринимательства Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

E-mail: n.a.yarovoy@gmail.com.

# 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, кон-

тактный 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)

16+

**№ 3 (79), СЕНТЯБРЬ, 2022**

**НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ**

**Главный редактор**
**АЛЬБЕКОВ АДАМ УМАРОВИЧ**

**Заместитель главного редактора**
**ВОВЧЕНКО НАТАЛЬЯ ГЕННАДЬЕВНА**

**Ответственный секретарь**
**ПАРХОМЕНКО ТАТЬЯНА ВАЛЕРЬЕВНА**

**Свидетельство о регистрации**
ПИ № ФС77–76371 от 02.08.2019
выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

**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 *ТЕРЕЩЕНКО Э. В.***
**КОМПЬЮТЕРНЫЙ НАБОР *ГУЗЕНКО Н. В.***
**ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР *АКИМОВА Л. И.***

---

**Изд. № 150/4067. Подписано в печать 30.09.2022. Дата выхода в свет 30.12.2022.**
**Объем 18,0 уч.-изд. л., 31,0 усл. печ. л.**
**Бумага офсетная. Печать цифровая. Формат 60×84/8. Гарнитура Times New Roman.**
**Заказ № 222. 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+

## № 3 (79), SEPTEMBER, 2022

**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 № ФС77–76371 from 02.08.2019
is granted by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media

**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 *TERESHCHENKO E. V.***
**COMPUTER SET BY *GUZENKO N. V.***
**ISSUER EDITOR *AKIMOVA L. I.***

---

**Ed. № 150/4067. Signed in print 30.09.2022. Date of print 30.12.2022.**
**Volume of accounting and publishing sheets 18,0, conditionally printed sheets 31,0.**
**Offset paper. Digital printing. Format 60×84/8. Font Times New Roman.**
**Order № 222. 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

ISSN 1991-0533