ISSN 1991-0533

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)

90 ЛЕТ

Выпуск № 4 (76),
декабрь, 2021

Вестник

Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)



Ростов-на-Дону
2021

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)
№ 4 (76), ДЕКАБРЬ, 2021

V E S T N I K

OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)
№ 4 (76), DECEMBER, 2021

РОСТОВ-НА-ДОНУ
2021

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 4 (76), ДЕКАБРЬ, 2021

Научно-практический журнал.
Издается с 1996 года.
Периодичность — 4 номера в год.
№ 4 (76), 2021

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

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), 2021

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)

№ 4 (76), DECEMBER, 2021

Scientifically-practical journal.
First published in 1996.
Periodical — 4 issues per year.
№ 4 (76), 2021

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

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), 2021

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

Albekov Adam Umarovich

Deputy Editor-in-Chief
Ph. D. in Economics, professor

Vovchenko Natalia Gennadievna

Executive Secretary
Ph. D. in Economics,
associate professor

Parkhomenko Tatiana Valerievna

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

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

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

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

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ СОВЕТ

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

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

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

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

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

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

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Боев Василий Юрьевич — к. э. н., доцент, проректор по учебной работе, зав. кафедрой экономики региона, отраслей и предприятий 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.

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.

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

INTERNATIONAL EDITORIAL COUNCIL

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

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

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

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

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

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

EDITORIAL COUNCIL

Boev Vasiliy Yuryevich — Ph. D. in Economics, associate professor, Vice-rector for academic affairs, head of department of regional, industrial and business economy 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.

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, associate 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, manager of department of management and economy of an entrepreneurship of Voronezh State Timber University named by G. F. Morozov, Voronezh.

Nivorozhkina Lyudmila Ivanovna — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, head of department 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.

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

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

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

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

Брелик Агнешка — д. э. н., экономический факультет Западно-померанского технологического университета, г. Щецин, Польша.

Буркальцева Диана Дмитриевна — д. э. н., доцент, профессор кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и управления Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского, г. Симферополь.

Вертакова Юлия Владимировна — д. э. н., профессор, зав. кафедрой региональной экономики и менеджмента Юго-Западного государственного университета, г. Курск.

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

Димитриади Николай Ахиллесович — д. э. н., д. м. н., профессор кафедры общего и стратегического менеджмента Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

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.

Усенко Людмила Николаевна — д. э. н., профессор, 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, ректор Белорусского государственного экономического университета, г. Минск, Республика Беларусь.

EDITORIAL BOARD

Batishcheva Galina Andreevna — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of department of fundamental and applied mathematics of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

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

Brelik Agnieszka — Ph. D., Faculty of Economics, West Pomeranian University of Technology in Szczecin, Poland.

Burkaltseva Diana Dmitriyevna — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of department of finance of enterprises and insurance of Institute of economy and management of Crimean federal university named by V. I. Vernadskiy, Simferopol.

Vertakova Yulia Vladimirovna — Ph. D. in Economics, professor of managing department of regional economy and management of Southwest State University, Kursk.

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

Dimitriadi Nikolay Akhillesovich — Ph. D. in Economics, doctor of medical sciences, professor of department of general and strategic management of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

Zolotariov Vladimir Semionovich — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, professor of financial management department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

Usenko Lyudmila Nikolaevna — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, head of department of analysis of business activities and forecasting of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

Halyn Viktor Gennadyevich — Ph. D. in Economics, Deputy of Legislative Assembly of Rostov region of the VI convocation.

Shekhovtsov Roman Viktorovich — Ph. D. in Economics, associate professor, Deputy Minister of Economic Development of Governments of Rostov region, Rostov-on-Don.

Shimov Vladimir Nikolaevich — Ph. D. in Economics, professor, rector of Belarusian State Economic University, Minsk, Republic of Belarus.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 4 (76), ДЕКАБРЬ, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. Управление экономическими системами _____ 12

Авакян С. А.
Совершенствование агромаркетинга садоводства в условиях реализации ESG-повестки **12**

Ангелина И. А., Ткачук П. Ю.
Концептуальные основы развития теории и методологии предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики **18**

Ахмедова Г. Т.
Организация логистических процессов по сбору, переработке и утилизации строительных отходов на территории Ростовской области **25**

Баланова М. М., Бодягин О. В.
Системный подход к формированию конкурентной стратегии интернационализации платформенными ТНК **32**

Гузей В. А.
Разработка методического инструментария оценки уровня устойчивого развития хозяйствующего субъекта на основе интегрального подхода: экономическая составляющая **40**

Евтодиева Т. Е.
Логистический менеджмент в цифровой парадигме **49**

Журбина В. В.
Совместное создание ценности в цепи поставок: партнерство и взаимодействие **57**

Иванченко О. В., Перепелица А. О.
Влияние пандемии COVID-19 на трансформацию цифровой маркетинговой деятельности в сфере ресторанного бизнеса **64**

Климук В. В.
Построение организационно-структурной модели управления инновационной экосистемой **71**

Миронова О. А., Богданова Р. М.
Цифровизация отраслей сельского хозяйства как фактор модернизации АПК России **78**

РАЗДЕЛ 2. Экономика и предпринимательство _____ 85

Альбеков А. У., Куринова Я. И.
Исследование опыта ряда государств постсоветского пространства в осуществлении поддержки малого и среднего предпринимательства **85**

Афанасьева М. Ф., Писарева Е. В.
Социально-этичные стандарты маркетинга как элемент потребительской ценности вуза **93**

Баранов В. И., Агошкова А. В.
Взаимосвязь государства и частного бизнеса в рамках реализации значимых социально-экономических проектов **99**

Епифанова Т. В., Рудницкая И. В.
Структурный анализ состояния и развития региональной системы предпринимательства в условиях посткоронавирусного кризиса (на примере Ростовской области) **104**
Куликов М. М., Комиссарова М. А., Ларионова И. А.
Исследование тенденций и перспектив развития инновационных предприятий углеграфитовой отрасли на примере ООО «Донкарб Графит» **111**
Пржедецкая Н. В., Денисов О. Е.
Предпочтения потребителей на рынке молочной продукции: обобщение результатов эмпирических исследований **118**
Халын В. Г., Пархоменко Т. В., Гузенко Н. В.
Развитие экспортных возможностей транспортно-логистической системы Ростовской области **124**
Ярошенко С. Г.
Взаимодействие отраслей и хозяйственных комплексов регионов в условиях COVID-19 **130**

РАЗДЕЛ 3. Финансово-кредитные отношения и бухгалтерский учет **137**

Булгаков С. А.
Проблемы трансформации системы внутреннего контроля на основе цифровых технологий **137**
Бухов Н. В.
Формирование адаптивной модели учетно-аналитической системы организации для целей функционально-стоимостного анализа **144**
Вовченко Н. Г., Кузубова О. И.
Экологизация финансовой индустрии в условиях глобальной нестабильности и обеспечения устойчивого развития **150**
Исраилова Э. А., Рубинская Э. Д.
Привлечение иностранных высококвалифицированных специалистов в Россию: миграционная политика и направления ее совершенствования **156**
Кузменькова Е. Ф., Боговский Д. О.
Роль нефинансовых показателей в системе стратегического управленческого учета на этапе послепродажного обслуживания **161**
Лебедева М. Е., Тростьянский С. С.
Аналитический обзор передовых технологических и продуктовых решений в области цифровой трансформации банковского сектора в Российской Федерации и за рубежом **166**
Третьяченко Т. В., Пивоварова Г. Б.
К проблеме мирового рынка мясной продукции в условиях нарушения логистических цепочек поставок **175**
Шапиро И. Е.
Денежно-кредитная политика банка России и перспективы ценовой стабильности **181**
Щемелев С. Н., Коликова М. Е.
Внедрение инновационных технологий в деятельность российских банков как условие повышения их внутристрановой и международной конкурентоспособности **187**

НАШИ АВТОРЫ **197**

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGH EDUCATION
OF RUSSIAN FEDERATION

VESTNIK

OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)

№ 4 (76), DECEMBER, 2021

CONTENT

SECTION 1. Management of economic systems 12

Avakyan S. A.
Improvement of agricultural marketing for gardening in conditions of implementation of ESG-agenda 12

Angelina I. A., Tkachuk P. Yu.
Conceptual framework for development of theory and methodology of entrepreneurship in conditions of digital transformation of economy 18

Akhmedova G. T.
Organization of logistical processes for waste collection, recycling and disposal in Rostov region 25

Balanova M. M., Bodiagin O. V.
Systemic approach to forming the competitive internationalization strategy by platform MNES 32

Guzey V. A.
Development of methodological tools for assessing the level of sustainable development of business subject based on integral approach: economic component 40

Evtodieva T. E.
Logistics management in digital paradigm 49

Zhurbina V. V.
Co-creating value in supply chain: partnerships and interactions 57

Ivanchenko O. V., Perepelitsa A. O.
Impact of the COVID-19 pandemic on transformation of digital marketing activities in restaurant business 64

Klimuk V. V.
Building an organizational and structural model for managing an innovative ecosystem 71

Mironova O. A., Bogdanova R. M.
Digitalization of agricultural sectors as a factor of modernization of agro-industrial complex of Russia 78

SECTION 2. Economics and business 85

Albekov A. U., Kurinova Ya. I.
Research of experience of number of post-Soviet states in direction of supporting small and medium-sized businesses 85

Afanasyeva M. F., Pisareva E. V.
Socio-ethical marketing standards as element of consumer value of university 93

Baranov V. I., Agoshkova A. V.
Interaction of state and private business in implementation of significant socio-economic projects 99

Epifanova T. V., Rudnitskaya I. V.
Structural analysis of state and development of regional entrepreneurship system under conditions of the post-COVID crisis (on example of Rostov region) 104

Kulikov M. M., Komissarova M. A., Larionova I. A.
Research of trends and prospects of development of carbon-graphite industry of Russian economy on example of Doncarb Graphite LTD **111**
Przhedetskaya N. V., Denisov O. E.
Consumer preferences in dairy market: generalization of empirical research results **118**
Khalin V. G., Parkhomenko T. V., Guzenko N. V.
Development of export opportunities within logistics and transport system in Rostov region **124**
Yaroshenko S. G.
Interaction of industries and economic complexes of regions in conditions of COVID-19 **130**

SECTION 3. Financial-credit relations and accounting 137

Bulgakov S. A.
Problems of transformation of internal control system based on digital technologies **137**
Bukhov N. V.
Formation of adaptive model of accounting and analytical system of organization for purposes of functional and cost-benefit analysis **144**
Vovchenko N. G., Kuzubova O. I.
Ecologization of financial industry in conditions of global instability and ensuring sustainable development **150**
Israilova E. A., Rubinskaya E. D.
Attracting foreign highly qualified specialists to Russia: migration policy and directions for its improvement **156**
Kuzmenkova E. F., Bogovskiy D. O.
Role of non-financial indicators in strategic management accounting system at the after-sales service stage **161**
Lebedeva M. E., Trostianskiy S. S.
Analytical review of advanced technological and product solutions in the field of digital transformation of banking sector in Russian Federation and abroad **166**
Tretiachenko T. V., Pivovarova G. B.
To the problem of the world market of meat products in conditions of disrupted logistics supply chains **175**
Shapiro I. E.
Bank of Russia's monetary policy and prospects for price stability **181**
Shchemelev S. N., Kolikova E. M.
Introduction of innovative technologies into activities of Russian banks as a condition for increasing their domestic and international competitiveness **187**

OUR AUTHORS 197

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

С. А. Авакян

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АГРОМАРКЕТИНГА САДОВОДСТВА В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ESG-ПОВЕСТКИ

Аннотация

Достижение целей устойчивого экономического роста реализуется посредством распространения ESG-требований к бизнесу, предполагающих обязательный учет экологических и социальных составляющих хозяйственной деятельности. В рамках маркетинга данные направления уже воплощены в ряде концепций и подходов, но в современных условиях они становятся ведущими факторами оценки эффективности управления бизнесом, что требует развития экологической и социальной составляющей маркетинга. Для отдельных направлений маркетинга, в частности для агромаркетинга, переход к более высоким требованиям к экологическим и социальным аспектам производственно-коммерческой деятельности создает дополнительные риски ведения бизнеса. Противодействие данным рискам требует расширения и уточнения функций маркетинга, их гармонизации с ESG-повесткой.

В статье предлагается ряд маркетинговых мероприятий для предприятий садоводства, которые должны снизить риски падения закупочных цен, сокращения спроса, изменения сегментации рынка, вызываемых продвижением ESG-подходов, что позволит сделать их внедрение гармоничным и непротиворечивым.

Ключевые слова

Агромаркетинг, устойчивое развитие, экология, садоводство.

S. A. Avakyan

IMPROVEMENT OF AGRICULTURAL MARKETING FOR GARDENING IN CONDITIONS OF IMPLEMENTATION OF ESG-AGENDA

Annotation

Achieving the goals of sustainable economic growth is realized through dissemination of ESG-requirements for business, which imply mandatory consideration of environmental and social components of economic activity. Within the framework of marketing, these areas have already been embodied in number of concepts and approaches, but in modern conditions they are becoming the leading factors in assessing the effectiveness of business management, which requires the development of environmental and social component of marketing. For certain areas of marketing, in particular for agromarketing, transition to higher requirements for environmental and social aspects of production and commercial activities creates additional risks of doing business. Countering these risks requires the expansion and refinement of marketing functions, their harmonization with ESG-agenda.

Article suggests a number of marketing measures for horticulture enterprises that should reduce the risks of falling purchase prices, reducing demand, changing market segmentation caused by promotion of ESG-approaches, which will make their implementation harmonious and consistent.

Keywords

Agromarketing, sustainable development, ecology, gardening.

Введение

Отличительной чертой настоящего времени является кардинальная и масштабная трансформация системы экономического управления, которая стимулируется мировым сообществом и активно продвигается национальными правительствами. Эта трансформация связана с необходимостью обретения нового качества устойчивого экономического роста, ключевыми компонентами которого являются экологическая безопасность производственной активности человека и развитие социальных условий его жизни и деятельности. Новые ориентиры устойчивого роста декларированы ООН, находятся в центре внимания ведущих мировых форумов, например, Давосского форума в 2020 г. и всемирного климатического саммита 2021 г. в г. Глазго.

Комплекс новых подходов, воплощающих единство экологических и социальных требований к экономическому управлению, в научной и деловой литературе сокращенно обозначается ESG — Environmental, Social and Corporate Governance. Выработка общепризнанного содержания данных подходов в настоящее время активно ведется, но уже формируются стандарты, соответствие которым характеризует следование сбалансированным параметрам социально-экологического развития. Эти стандарты предполагают: учет и снижение вредных выбросов производства; наличие экологической политики и системы показателей по охране окружающей среды, используемых при принятии решений; активную деятельность по утилизации выпускаемой продукции; разработку специальных экологических проектов; повышение социальной защищенности сотрудников; планирование и реализацию социальной политики; обеспечение открытости бизнеса. В целом, следование ESG-ориентирам отражает, насколько компания включена в решение экологических и социально-экономических задач [8]. Важно отметить, что несмотря на то что критерии и стандарты ESG-управления предприятиями проходят начальную стадию своего формирования, они активно учитываются при принятии инвестиционных решений. Это очень важный аспект, поскольку он обеспечивает опережающие темпы внедрения новых подходов в практику управления.

Распространение новых подходов экономического управления, безусловно, будет основываться на учете производственной специфики различных сфер хозяйствования и на совершенствование приемов управления. Так, агромаркетинг становится важнейшим информационно-аналитическим ресурсом разработки системы мер, обеспечивающих переход сельскохозяйственного производства на ESG-стандарты. Выполнение данной функции требует уточнения и дополнения теоретико-методологических положений агромаркетинга.

Материалы и методы

Переход на ESG-требования — очередной вызов для российского агрорынка, который уже прошел ряд стадий своего развития и выработал адаптационные механизмы, важным элементом которых является маркетинг. Перестройка на рыночные механизмы хозяйствования проходила сложно, зачастую с утратой собственного воспроизводства. Такая ситуация сложилась в садоводстве, которое в начале рыночных реформ резко сократило ресурсную базу. В результате до настоящего времени Россия является ведущим мировым импортером по такой ведущей товарной позиции как яблоки. Крупные садоводческие хозяйства не имели достаточно ресурсов для воспроизводства и значительную часть потребности в плодово-ягодной продукции стали удовлетворять личные подсобные хозяйства, а также импортные поставки. Для садоводческой отрасли доминирование импортных продуктов длительное время — с конца XX до второго десятилетия XXI века — являлось значительным препят-

ствием для освоения отечественного рынка российскими производителями. Кроме того, начальные этапы рыночного становления садоводства характеризовались практически отсутствием государственной поддержки, что привело к снижению производственных возможностей садоводства, ограничению его научного обеспечения [4].

С развитием мер государственного регулирования агропромышленного комплекса, с выработкой последовательной таможенно-импортной политики, с принятием кардинальных мер обеспечения продовольственной безопасности продукция отечественного садоводства получила доступ на собственный рынок. Так, за последние 10 лет импорт яблок из стран дальнего зарубежья (не СНГ) снизился почти в 4 раза [6, с. 561]. При этом доля фруктов в удельном обороте розничной торговли за тот же период возросла с 1,5 % до почти 2 % [6, с. 447], а индекс физического объема розничных продаж увеличился по сравнение с 1996 г. в 3,5 раза [6, с. 448].

Уровень самообеспеченности плодовой продукции возрастает. Так, исследование по пятилетним периодам российского производства яблок выявило десятилетие обеспеченности данной продукцией на уровне 30% [5]: 1991–1995 гг. — 57,2 %; 1996–2000 гг. — 55,5 %; 2001–2005 гг. — 43,2%; 2006–2010 гг. — 29,1%; 2011–2015 гг. — 32,9%; 2016–2020 гг. — 57,8 %. Данные свидетельствуют, что только к настоящему времени удалось восстановить собственную производственную базу.

Показатели эффективности садоводства за последние 10 лет также возрастают: если площади, отведенные под семечковые плоды, практически не изменяются (колебания меньше 1 %) [6, с. 411], то сбираемый урожай постоянно увеличивается, достигнут полуторократного роста за данный период [6, с. 411].

В ведущем садоводческом регионе страны — в Краснодарском крае — в 2020 г. получен рекордный урожай плодовой продукции за 35 лет, и аграрии края планируют продолжить наращивание производственных мощностей [7]. В целом, специалисты прогнозируют полное удовлетворение потребностей населения по ведущей товарной группе садоводства — яблокам [1]. Но для решения этой задачи необходимо применение инновационных технологий садоводства, которые позволяют не только увеличить урожай, но и развивать садоводство в различных регионах страны, что повышает природное разнообразие. Это полностью соответствует ESG-целям. Примером реализации таких технологий является деятельность ООО «Рассвет», которое внедрило технологию капельного орошения в Куйбышевском районе Ростовской области — в регионе, не специализирующемся на садоводстве. Область занимает ведущие места в зернопроизводстве, но обладает значительным потенциалом в выращивании фруктов. По оценке автора, использование инновационных технологий орошения в данном хозяйстве позволяет увеличить отдачу зернопродукции с одного гектара с 60 тыс. руб. до 200 тыс. руб., а при высадке садов этот же 1 га может выдавать 2–3 млн руб. в год при достижении запланированной урожайности в 50–60 т/га на 5–6-й год. Интенсивные сады были заложены в хозяйстве в 2018 г. при финансовой поддержке Администрации Ростовской области, а в 2021 г. было открыто плодохранилище, которое обеспечивает сортировку, упаковку, хранение 5 тыс. т продукции [2]. Данный проект практически воплощает ESG-требования: внедряются инновационные технологии органического производства, улучшается социальная обстановка (создается 80 постоянных и 50 сезонных рабочих мест). Задачи маркетинга данного предприятия, как и других агропроизводителей в рамках ESG-повестки, — обеспечить сбыт экологичной продукции и обеспечить устойчивость инновационного проекта.

Обсуждение

Способы стимулирования сбыта экологичной продукции рассматриваются в рамках маркетинга как глобальный сдвиг потребительских предпочтений. Как отмечается в «Манифесте экологического маркетинга» [11]: не стандартные продукты необходимо сделать экологичными, а экологичные продукты — стандартом. То есть речь идет о масштабном и кардинальном изменении качества продукции. Повышение спроса на продукцию более высокого качества в рамках реализации ESG-подходов обеспечивается не только силами маркетинга агропроизводителей, но и всей системой просвещения и формирования общественного мнения — это ключевой фактор перестройки экономики на принципы экологического и ответственного производства и потребления. Агропроизводители должны быть готовы изменить ассортиментное предложение, обеспечить инвестирование в повышение качества продукции, повысить экологическую нейтральность производства, осуществить переход на использование инновационных технологий [3].

В продвижении экологичной продукции агропроизводители, безусловно, получат поддержку от общества. Но каждый отдельный поставщик плодово-ягодной продукции должен разработать собственные маркетинговые планы расширения ассортимента и выпуска экологически чистой продукции. Такие планы можно рассматривать как ключевой элемент реализации ESG-повестки в управлении хозяйственной деятельностью.

Реалистичность планов выпуска экологичной продукции должна обосновываться в ходе маркетинговых исследований. В научной литературе представлены такие разработки, как, например, трехэтапное изучение рынка плодов и ягод с формированием прогноза перспективной конъюнктуры на данном рынке [9]. Необходимо доведение этого инструментария до уровня практического управления бизнесом, ориентация его на достижение целей устойчивого развития, которые формируются в рамках ESG-концепции.

Таким образом, для реализации ESG-повестки в рамках агромаркетинга необходима интенсификация усилий по развитию ряда ключевых направлений маркетинговой деятельности, которые разрабатывались в процессе становления отечественного садоводства и стали ведущими в современных условиях обеспечения устойчивого экономического развития. Важно отметить, что работа по реализации новых управленческих подходов не должна привести к дестабилизации хозяйственной деятельности.

Результаты

Повышение экологичности производства и выпускаемой продукции, реализация ESG-повестки в целом активизирует риски нарушения текущей коммерческой деятельности предприятия. Этим рискам можно противодействовать или снизить степень их влияния маркетинговыми инструментами. Тем самым сохраняется возможность ведения бизнеса в соответствии с провозглашенными ESG-целями.

Для агропредприятий, осваивающих ESG-подходы, значительным риском является возможное падение продаж, связанное с переходом на экологически чистую продукцию, которая дороже.

Обеспечение ценовой привлекательности продукции для потребителей с достижением ESG-требований является одним из наиболее сложных маркетинговых действий. Не будет преувеличением утверждение, что именно в данной ситуации, характеризующейся одновременным сокращением спроса и повышением качества предлагаемой продукции, проявляется искусство маркетинга. Снижение цены на продукцию при снижении спроса является очевидным шагом для поддержания объемов продаж. Но если предприятие не намерено отказываться от высоких стандартов качества, то необходимо изыскивать иные способы поддержания спроса.

Сбытовая политика в таких условиях может акцентировать внимание на преимуществах потребление качественной продукции, даже в случае сокращения ее объемов — следуя девизу: «лучше меньше да лучше».

Для садоводческой продукции мероприятиями в поддержании снижающегося спроса может быть изменение фасовки продукции, повышение ее доступности. Также возможно проведение ребрендинга, чтобы покупатель еще раз обратил внимание на качественные параметры продукции садоводства. Высокая биологическая ценность является ключевой для продукции садоводства, и это качество не должны девальвироваться даже в условиях снижения спроса, который может быть стимулирован с помощью привлечения внимания государственных и общественных организаций к проблеме обеспечения рационального потребления населения.

Спрос может сокращаться неравномерно, и для отдельных категорий продукции, например, с высокими качественными характеристиками (в садоводстве это органическое производство), наоборот, расти. Постоянное повышение требований к качеству является одним из наиболее распространенных трендов потребительского поведения. Поэтому повышение потребительского спроса к качественной продукции вполне закономерно.

В маркетинге качество продукции выступает критерием выхода на различные рынки, ориентации на разные сегменты потребителей. Для продукции, производимой в соответствии с ESG-требованиями, вопросы качества являются ведущими и градации по степени качества рассматриваются не как постоянная структура товарной массы, а как фактически существующие различные уровни качества, которые должны стремиться к наибольшему. То есть в рамках ESG-подхода фокусирование внимания на вопросах качества значительно больше.

Качество понимается в более широком контексте — это не только характеристика продукции, но и производства. В садоводстве это проявляется в системной организации производства, которое ориентировано на использование ресурсосберегающей техники, интенсивного посадочного материала, передовых агротехнических приемов. Инновационные технологии используются не только сельскохозяйственные предприятия, но и все поставщики материалов и ресурсов, предприятия хранения и транспортировки, вплоть до розничных сетей и собственно потребителей. Все участники процесса производства и потребления продукции совершают свои действия на основе единых ценностных подходов к сохранению экологии, социально ответственному поведению — будь это крупный бизнес или индивидуальный потребитель. Соответственно, работа с клиентами должна выстраиваться на основе единства в понимании целей устойчивого развития, необходимости усилий каждого для их реализации.

Рассмотренные маркетинговые реакции на процессы внедрения ESG-подходов являются только одним из возможных вариантов управленческих решений в новых условиях хозяйствования, характеризуемых постоянно растущими ограничениями производственной деятельности с точки зрения ее экологических и социальных последствий.

Следование ESG-повестки в рамках агромаркетинга предполагает: поддержку освоения экологических чистых продуктов и производств, продвижение парадигмы социально ответственного маркетинга, использование маркетинга для обеспечения долгосрочной устойчивости. Для сохранения доли рынка в новых условиях, для развития в соответствии с целями устойчивого роста необходима разработка широкого управленческого инструментария, что ставит перед маркетингом задачи активной теоретико-методологической разработки приемов и методов исследования изменяющегося

поведения потребителей, тенденций развития рынка, учета социальных и нерыночных факторов в коммерческой деятельности предприятий.

Выводы

Продвижение новой управленческой парадигмы, предполагающей учет экологических и социальных последствий хозяйственной деятельности, происходит стремительно и масштабно. От декларирования целей устойчивого развития происходит переход к конкретным финансово-экономическим и регуляторным мерам, качественно изменяющим условия ведения бизнеса в большинстве стран. С позиции новых требований к хозяйственной деятельности производство садоводческой продукции должно значительно активизировать экологическую направленность, обеспечить возрастающий спрос на продукты здорового питания без увеличения нагрузки на окружающую среду. Особая роль в адаптации управления к новым условиям отводится маркетингу — он должен позволить чутко отреагировать на изменения потребительских предпочтений и одновременно влиять на их формирование с целью раскрыть важность увеличения потребления плодово-ягодной продукции при переходе на здоровый образ жизни. Необходима разработка мер маркетингового реагирования на новые вызовы, обуславливаемые реализацией ESG-требований, наиболее вероятными последствиями внедрения которых станут: повышение цен на материалы и ресурсы, переход потребителей на более качественные товары, повышение внимания с их стороны к экологическим характеристикам приобретаемой продукции. Все указанные изменения необходимо учитывать в рамках маркетинга садоводческой предприятий, подготавливать меры противодействия рискам. Можно предположить, что в случае систематической и глубокой маркетинговой работы садоводческие предприятия не только не понесут потери и не утратят свои позиции на продовольственном рынке, но и обретут новое качество, станут неотъемлемым и значимым элементом устойчивого роста, обеспечивающего экологические и социальные условия общественного воспроизводства.

Библиографический список

1. *Алексеенкова, Е.* Интенсивное садоводство в России: перспектива, темпы, острые вопросы // АгроФорум. — 2020. — № 3. — С. 26–31.

2. В Ростовской области начал работу новый фруктовый центр [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.donland.ru/news/16261.

3. *Леонова, Н. В.* Основные направления повышения экономической эффективности садоводства : дисс. к. э. н. — Воронеж, 2019.

4. *Наконечная, О. А.* Повышение эффективности производства продукции садоводства в специализированных организациях (на материалах Новосибирской области) : дисс. к. э. н. — Новосибирск, 2009.

5. Объем рынка и потребление яблок в России — тенденции по пятилетним периодам 1991–2020 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://agrovesti.net/lib/industries/fruitgrowing/obem-rynka-i-potreblenie-yablok-v-rossii-tendentsii-po-pyatiletnim-periodam.html.

6. Российский статистический ежегодник. 2020 : стат. сб. — М. : Росстат, 2020.

7. *Рыжкова, Е.* Расцветают яблони и груши: в 2020 г. на Кубани заложили более 1,5 тыс. га молодых садов интенсивного типа [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/4586369.

8. *Соболева, О. В., Стешепко, А. С.* «ESG-факторы» как новый механизм активизации ответственного инвестирования и достижения целей устойчивого развития // Устойчивое развитие: вызовы и возможности ; под ред. Е. В. Викторовой. — СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2020. — С. 246–256.

9. *Томилина, Е. П., Глотова, И. И., Углицких, О. Н.* Финансово-экономический механизм агромаркетинга в садоводстве // Управление экономическими системами. — 2011. — № 10 (34).

10. High Food Prices and Food Security Threats and Opportunities // State of Food Insecurity in the World. FAO, 2010.

11. *Grant, J.* The Green Marketing Manifesto. — Chichester : Wiley, 2008.

Bibliographic list

1. *Alekseenkova, E.* Intensive gardening in Russia: perspective, pace, acute issues // AgroForum. — 2020. — № 3. — P. 26–31.

2. A new fruit center has started working in Rostov region [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.donland.ru/news/16261.

3. *Leonova, N. V.* The main directions of increasing the economic efficiency of horticulture : diss. of PhD. — Voronezh, 2019.

4. *Nakonechnaya, O. A.* Improving the efficiency of horticulture production in specialized organizations (based on materials of Novosibirsk region) : diss. of PhD. — Novosibirsk, 2009.

5. Market volume and consumption of apples in Russia — trends for five-year periods 1991–2020 [Electronic resource]. — Mode of access: https://agrovesti.net/lib/industries/fruitgrowing/obem-rynka-i-potreblenie-yablok-v-rossii-tendentsii-po-pyatiletnim-periodam.html.

6. Russian Statistical Yearbook. 2020 : stat. comp. — M. : Rosstat, 2020.

7. *Ryzhkova, E.* Apple and pear trees are blooming: in 2020, more than 1.5 thousand hectares of intensive-type young orchards were laid in Kuban [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.kommersant.ru/doc/4586369.

8. *Soboleva, O. V., Steshepko, A. S.* ESG factors as a new mechanism for activating responsible investment and achieving sustainable development goals // Sustainable development: challenges and opportunities : ed. by E. V. Viktorova. — SPb. : Publishing House of SPbGEU, 2020. — P. 246–256.

9. *Tomilina, E. P., Glotova, I. I., Uglitskikh, O. N.* Financial and economic mechanism of agromarketing in horticulture // Management of economic systems. — 2011. — № 10 (34).

10. High Food Prices and Food Security Threats and Opportunities // State of Food Insecurity in the World. FAO, 2010.

11. *Grant, J.* The Green Marketing Manifesto. — Chichester : Wiley, 2008.

И. А. Ангелина, П. Ю. Ткачук

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Аннотация

В результате критического анализа современных исследований авторами определена логика объектно-субъектного моделирования концепции развития предпринимательской деятельности, разработана концепция развития теории и методологии предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики, теоретический, функциональный, методологический и практический блоки которой направлены на стратегирование развития предпринимательской деятельности и реализацию модели цифровой социально-экономической платформы развития экономики.

Ключевые слова

Предпринимательская деятельность, цифровая трансформация, концепция, теория, методология.

I. A. Angelina, P. Yu. Tkachuk

CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR DEVELOPMENT OF THEORY AND METHODOLOGY OF ENTREPRENEURSHIP IN CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF ECONOMY

Annotation

As a result of critical analysis of modern research, authors determined the logic of object-subject modeling of concept of business development, developed a concept for development of theory and methodology of entrepreneurship in context of digital transformation of economy, theoretical, functional, methodological and practical blocks of which are aimed at strategizing the development of entrepreneurship and implementing models of digital socio-economic platform for economic development.

Keywords

Entrepreneurship, digital transformation, concept, theory, methodology.

Введение

В современных экономических условиях развития все больше научного внимания уделяется вопросам цифровизации предпринимательской деятельности. Разнообразие подходов требует квинтэссенции существующего теоретического и методологического опыта и формирования целостной концепции развития предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики. Именно эта необходимость сформировала актуальность исследования, представленного в статье.

Материалы и методы

Проведя систематизацию научных источников и публикаций по исследуемой теме, необходимо отметить, что научный анализ развития предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации проводился, начиная с 1995 г., и на сегодняшний день приобретает все большую актуальность в работах значительного количества отечественных и зарубежных исследователей [1–9].

В качестве исследовательского инструментария использованы: метод структурного моделирования, графические методы представления результатов исследования, общенаучные методы исследования (анализ и синтез, метод научной абстракции, логический метод и обобщение научной информации).

Результаты

Цифровая трансформация значительного количества социально-экономических процессов неизбежно приводит к структурным сдвигам в экономике, что, в свою очередь, требует адаптации всех ее субъектов к новым реалиям. При этом значение цифровизации примечательное, так как благодаря использованию новейших достижений в области цифровых технологий улучшается необходимая инфраструктура, снижаются транзакционные издержки. Все это должно приводить к развитию и предпринимательской деятельности. Однако в то же время активное развитие цифровой экономики приводит к возникновению принципиально новых угроз, противодействие которым должно быть системным и направленным в конечном итоге на последовательное развитие предпринимательской деятельности.

Практическая реализация изложенного выше должна быть подкреплена надлежащим теоретическим обоснованием. Это становится возможным при разработке соответствующей концепции. При этом, согласно исследованиям международных корпораций [1], совре-

менные субъекты предпринимательской деятельности должны постоянно адаптироваться к динамично развивающимся реалиям цифровизации экономики. Для этого, по мнению специалистов (речь идет о международных экспертах [1]), необходимо: не только развивать новые ключевые способности, но и оптимизировать устаревшие бизнес-процессы; «инвестировать» в отношения с заинтересованными сторонами; работать быстро и оперативно; изучать преимущества и недостатки рыночной конъюнктуры.

Тем не менее указанные ориентиры являются классическими, и они, так или иначе, априори учитываются при разработке любых обстоятельных концепций, касающихся развития экономики в целом и предпринимательской деятельности в частности.

Применительно к исследуемой проблематике целесообразно выделить ключевые предпосылки цифровой трансформации экономики, которые, с одной стороны, должны быть положены в основу развития предпринимательской деятельности, а с другой, учтены при разработке соответствующей концепции.

Очевидно, что сама по себе предпринимательская деятельность и, соответственно, объект развиваться не может, для этого необходимы субъекты, регулярно оказывающие на него влияние. Такое влияние связано с тем, что субъекты являются носителями социально-экономических интересов и факторами возникновения угроз. Именно поэтому изучение (или формирование) взаимосвязи между объектом и субъектами в предложенной концепции является принципиальным моментом исследования. Это связано с тем, что ряд субъектов, непосредственно влияющих на развитие предпринимательской деятельности (например, государственные органы), стремятся находиться «над объектом», а не «внутри него», то есть управлять им, а не зависеть от него. В свою очередь, другие субъекты (например, общественные организации), как правило, концентрируют внимание только на отдельных направлениях предпринимательской деятельности (защита прав потребителей, охрана окружающей среды и т. п.). Другими словами, для них объектом развития предпринимательской деятельности являются ее направления. Сказанное нашло свое отражение в логике объектно-субъектного моделирования в концепции развития предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики (рис. 1).

Основная идея объектно-субъектного моделирования, реализованного на рисунке 1 применительно к исследуемой проблематике, сводится к пониманию того, что субъектом концепции может выступать юридическое или физическое лицо, влияющее на развитие предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики.

Основными субъектами, взаимодействие которых сопровождается очевидными конфликтами интересов, являются: государственные органы, предпринимательские структуры, общественные организации, образовательные и научные учреждения. Так, к государственным органам относится вся совокупность субъектов, законодательно уполномоченных регламентировать предпринимательскую деятельность и обеспечивать ее развитие. В свою очередь, конфликт интересов с другими субъектами связан с монополией на власть и отношением к предпринимательской деятельности как одному из направлений государственной социально-экономической политики, сопровождающейся наполнением бюджетов различных уровней.

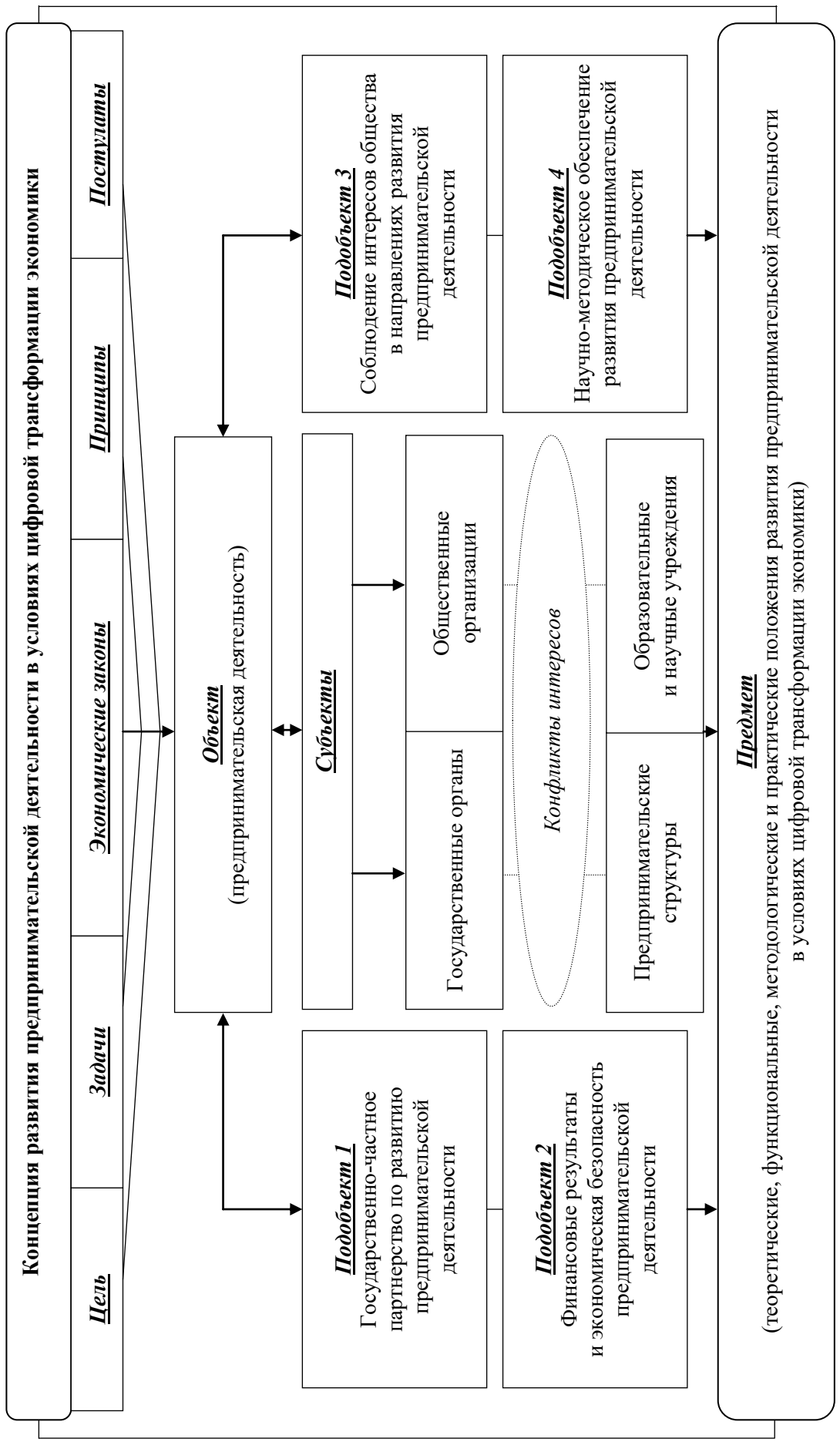


Рисунок 1 — **Логика объектно-субъектного моделирования концепции развития предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики**

Обсуждение

Предпринимательские структуры представлены юридическими и физическими лицами, осуществляющими свою деятельность на собственный страх и риск с целью получения прибыли. Конфликт интересов с другими субъектами заключается в стремлении к постоянной максимизации финансовых результатов (нередко в ущерб интересов государственных органов и общества).

Общественные организации являются своего рода уполномоченными социумом органами контроля предпринимательской деятельности и ее развития с учетом нравственных, экологических и других идеалов. Конфликт интересов с другими субъектами сводится к установлению неформальных «правил игры», которые нередко противоречат целям и задачам предпринимательской деятельности.

Образовательные и научные учреждения являются источником методического и кадрового обеспечения развития предпринимательской деятельности посредством разработки структуры и содержания учебных дисциплин, проведения исследований, касающихся предпринимательской деятельности. Конфликт интересов связан с отсутствием стабильно отлаженных и функционирующих механизмов сотрудничества с другими субъектами (трудоустройство выпускников, руководство производственной практикой и т. д.).

Результаты критического анализа современных исследований цифровой трансформации экономики [1–9] позволили выделить 3 основные ее предпосылки: широкий доступ к информации, открытость, инновации.

Широкий доступ к информации. В современных условиях наличие объективной информации является фактором устойчивого развития любого государства, отрасли, субъекта предпринимательской деятельности. Кроме того, наличие широкого доступа к информации расширяет возможности развития предпринимательской деятельности в различные плоскости (социальную, инновационную и т. п.).

Открытость. Здесь следует понимать открытость экономики для инвестиций, сотрудничества и инициатив относительно реализации тех или иных проектов (как международных, так и государственно-частного партнерства). Именно открытость экономики увеличивает доверие ко всем процессам, проходящим в ней, и темпы ее развития. Особую актуальность приобретает разработка законодательной базы для защиты интересов инвесторов, особенно в сегментах малого и среднего бизнеса, которые активней других разрабатывают и реализовывают цифровые стартапы.

Инновации. Точка конвергенции между «консервативными» и современными концепциями развития экономики (предпринимательской деятельности) должна стимулировать развитие таких типов бизнес-моделей, способствующих дальнейшему процветанию цифровых технологий. Для этого необходимым является разработка моделей, максимально учитывающих имеющиеся возможности в вопросах цифровизации и потенциальные инновации, касающиеся основных бизнес-процессов.

Принимая изложенное во внимание, на рисунке 2 представлена разработанная в ходе исследования концепция развития предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики. Содержание элементов предложенной концепции исходит из их логичной структуризации в рамках теоретического, функционального, методологического и практического блоков.

Трудно поспорить с тем, что целью разработанной на рисунке 2 концепции является развитие предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики. Такая авторская позиция по концепции развития предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики является основой для постановки ее задач.



Рисунок 2 — **Концепция развития предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики**

По нашему мнению, ключевыми задачами концепции являются:

− модернизация предпринимательской деятельности на основе ее цифровизации;

− совершенствование механизмов государственно-частного партнерства для развития предпринимательской деятельности;

− мотивация субъектов экономики к ее цифровой трансформации и развитию предпринимательской деятельности;

− разработка методологии развития предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики;

− гармонизация функций субъектов предпринимательской деятельности.

Основными направлениями реализации концепции являются:

− социальное (повышение имиджа предприятий, принимающих активное участие в реализации концепции и особенно цифровой трансформации экономики; снижение социальной напряженности в обществе относительно невысоких темпов цифровизации экономики; налаживание коммуникационных связей с разными представителями общественности);

− инновационное (мотивация предприятий к внедрению инноваций; распространение эффективных инновационных программных продуктов и информационных технологий);

− инфраструктурное (построение системы коммуникаций между субъектами, принимающими участие в реализации концепции; развитие рыночной, логистической, маркетинговой инфраструктуры для реализации концепции; оказание консультационной помощи предприятиям и организациям в цифровизации их деятельности в целом или отдельных процессов в частности).

Акценты в реализации разработанной концепции смещаются в сторону формирования механизмов ее обеспечения со стороны общественных организаций, а также образовательных и научных учреждений. Для этого профессиональным, образовательным и научным сообществом должны быть разработаны действенные алгоритмы формирования, прежде всего, методического, информационного, технического обеспечения процесса развития предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики.

Выводы

В ходе данного этапа исследования разработана концепция развития теории и методологии предпринимательской деятельности в условиях цифровой трансформации экономики. В ее основу положена четкая последовательность элементов, структурированных в рамках четырех взаимосвязанных блоков, а именно: теоретического, функционального, методологического, практического. Объектно-субъектный подход к моделированию разработанной концепции позволил определить ключевые направления ее реализации (от институционального до инфраструктурного) на основе соответствующего алгоритма. Реализация предложенного алгоритма, отдельного разработанного для государственных органов, предпринимательских структур, общественных организаций, образовательных и научных учреждений, позволит разработать модель цифровой социально-экономической платформы развития экономики.

Библиографический список

1. *Аверина, И. С.* Эволюция феномена «цифровая экономика» // Вестник БГУ. Экономика и менеджмент. — 2021. — № 1. — С. 3–9.

2. *Карпунина, Е. К*. Цифровая экономика и ее спилловер-эффекты // Россия: тенденции и перспективы развития. — 2021. — № 16–1. — С. 556–561.

3. *Кенжабаев, А. Т.* Современное содержание и понятие цифровой экономики // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2021. — № 1. — С. 143–146.

4. *Стефанова, Н. А., Седова, А. П.* Модель цифровой экономики // КНЖ. — 2017. — № 1 (18). — С. 91–93.

5. *Платунина, Г. П., Ермоленко, Д. С.* Тренды в развитии цифровой экономики // Экономика и качество систем связи. — 2021. — № 1 (19). — С. 13–20.

6. *Смирнов, В. П.* Методологические основы предпринимательской деятельности // Вестник Томского гос. ун-та. — 2012. — № 355. — С. 127–132.

7. *Тимошенко, С. И., Кургузенкова, Л.А., Касьяненко, Д. И.* Цифровая экономика: теоретический и практический аспекты формирования развития // Экономика и управление. — 2019. — № 3. — С. 20–27.

8. *Турсунов, Ф.* Цифровая трансформация в экономике // ОИИ. — 2021. — № 3/S. — С. 133–137.

9. *Fayyaz, S.* A review on measuring digital trade & e-commerce as new economic statistics products // The 16th Conference of IAOS. — Paris : OECD Headquarters, 2018.

Bibliographic list

1. *Averina, I. S.* Evolution of phenomenon of «digital economy» // Bulletin of BSU. Economics and Management. — 2021. — № 1. — P. 3–9.

2. *Karpunina, E. K.* Digital economy and its spillover effects // Russia: trends and development prospects. — 2021. — № 16–1. — P. 556–561.

3. *Kenzhabayev, A. T.* Modern content and concept of digital economy // Economics and business: theory and practice. — 2021. — № 1. — P. 143–146.

4. *Stefanova, N. A., Sedova, A. P.* Model of digital economy // KNZh. — 2017. — № 1 (18). — P. 91–93.

5. *Platunin, G. P., Ermolenko, D. S.* Trends in development of digital economy // Economy and quality of communication systems. — 2021. — № 1 (19). — P. 13–20.

6. *Smirnov, V. P.* Methodological foundations of entrepreneurial activity // Vestnik of Tomsk State university. — 2012. — № 355. — P. 127–132.

7. *Timoshenko, S. I., Kurguzenkova, L. A., Kasyanenko, D. I.* Digital economy: theoretical and practical aspects of formation of development // Economics and Management. — 2019. — № 3. — P. 20–27.

8. *Tursunov, F.* Digital transformation in the economy // AII. — 2021. — № 3/S. — P. 133–137.

9. *Fayyaz, S.* A review on measuring digital trade & e-commerce as new economic statistics products // The 16th Conference of IAOS. — Paris : OECD Headquarters, 2018.

Г. Т. Ахмедова

ОРГАНИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ПО СБОРУ, ПЕРЕРАБОТКЕ И УТИЛИЗАЦИИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОТХОДОВ НА ТЕРРИТОРИИ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В статье рассмотрены основные особенности логистического подхода в сфере сбора, переработки и утилизации отходов. Выделены подходы реверсивной логистики в зависимости от групп отходов, а также рассмотрены основополагающие этапы возвратной (реверсивной) логистики и ее эффективной организации, которые нацелены на применение технологий, выбор правильного механизма возврата и самой модели проектирования наряду с возможностями информационного обеспечения и контроллинга. Предложена схема логистического управления отходами. Уделено внимание особенностям решения проблемы с отходами в Ростовской области. Проведено исследование реализации стратегии по обеспечению экологической безопасности в регионе путем

строительства инфраструктуры межмуниципальных экологических отходоперерабатывающих комплексов. Рассмотрены их структуры и потенциальные возможности. Уделено внимание важности работы отдельных предприятий по сбору, переработке и утилизации отходов в Ростовской области. Выделены перспективы развития технологий по переработке мусора в энергию и вторичного использования отходов.

Ключевые слова

Реверсивная логистика, межмуниципальный экологический отходоперерабатывающий комплекс, логистическое управление отходами, строительные и твердые коммунальные отходы.

G. T. Akhmedova

ORGANIZATION OF LOGISTICAL PROCESSES FOR WASTE COLLECTION, RECYCLING AND DISPOSAL IN ROSTOV REGION

Annotation

Article includes decisions of the main features of logistic in sphere of waste collection, recycling and disposal. Approaches of reverse logistics depending on waste groups are highlighted, and the main stages of organization of reverse logistics, which are aimed at using the right technology, choice of right return mechanism and design model itself, along with capabilities of information support and controlling, are considered. Scheme of logistic management of waste is offered. Author paid attention to peculiarities of solving the problem of waste in Rostov region. Study of implementation of strategy to ensure environmental safety in region through the construction of infrastructure of intermunicipal environmental waste processing complexes has been carried out. Their structures and potentialities are considered. Attention is paid to importance of individual enterprises for collection, recycling and disposal of waste in Rostov region. Prospects for development of waste-to-energy and waste recycling technologies are highlighted.

Keywords

Reverse logistics, intermunicipal environmental waste processing complex, logistics waste management, construction and solid municipal waste

Введение

Последствиями человеческой жизнедеятельности стала проблема увеличения твердых бытовых и производственных отходов, которая влечет за собой реальную угрозу экологическому равновесию и оказывает негативное влияние на качество жизни людей и их здоровье. Приоритетными направлениями развития экономики многих регионов стало сохранение именно природно-ресурсного потенциала, экономия запасов полезных ископаемых, снижение антропогенной нагрузки путем минимизации выбросов в атмосферу. На сегодняшний день для многих производственных предприятий актуальным является процесс организации реверсивной логистики, что предполагает не только планирование, реализацию и контроль товаропотоков, но и построение эффективной системы взаимодействия сферы производства и обращения и потребления в целях восстановления ценности или правильной их утилизации. При этом важно учитывать степень опасности, поврежденности, просроченных и использованных товаров и тары [3].

Ключевые принципы организации процессов логистизации на предприятиях различных отраслей народного хозяйства заключаются в реализации систем-

ного подхода, выстраивающем целостность и способность оптимизации суммарных издержек производственного цикла, в том числе проектной деятельности. Эффективная система возвратной (реверсивной) логистики в настоящее время позволяет в комплексе решать проблему утилизации отходов поэтапно. В данном случае, прежде всего, осуществляется сбор, заготовка и обработка отходов, из которых формируется товарная масса и реализуется на рынке.

Для российских регионов вопрос сохранения и повышения экологичности территорий является достаточно актуальным. Организация логистических цепей по сбору, переработке и утилизации отходов для многих заинтересованных сторон становится важной задачей по ограничению влияния отходов на окружающую среду.

Материалы и методы

В настоящее время вопросы организации и практики применения возвратной (реверсивной) логистики на производственных предприятиях с элементами переработки, утилизации остаются достаточно актуальными. Им посвящены труды А. У. Альбекова [1], С. Б. Сборщикова [8], Д. Ламберта, Дж. Сток [9], Ф. Джонсона [2] и др.

Отличительными чертами реверсивной логистики являются как объект исследования (потоки отходов), так и направление движения главного потока — обратное (от потребителей к производителям). Отметим, что отходы, и конечная продукция предприятий появляются на выходе логистических систем, поэтому важно постоянно исследовать логистические цепи.

В зависимости от возможности повторного использования отходы делятся на две группы: те, которые предоставляются к повторному использованию и переработке и те, которые до этого не предоставляются. Первые составляют предмет рециклирования (например, алюминиевые конструкции, битый кирпич, стеклобой и т. д.), с помощью которых возможно уменьшить (или существенно ограничить) расходы на утилизацию. Другие, как правило, не поддаются переработке и повторному использованию, подлежат уничтожению в соответствии с обязательными предписаниями. Поскольку отходы могут находиться в разных физических состояниях, то применяется разделение отходов на твердые, жидкие и полужидкие.

Базовым условием рационального использования отходов является системное построение экономических и экологических целей логистики утилизации. Ее экономическая цель, вытекающая из сущности логистики, сводится к уменьшению логистических издержек, повышению уровня обслуживания логистики повторного использования, и стремлению к безотходному производству.

С течением времени темпы строительной деятельности возрастают. Основной проблемой в данном секторе экономики становится уменьшение количества свободных незастроенных площадей. Возникает объективная необходимость подготовки большого количества территорий под строительство новых объектов и жилых домов, в то время как старые дома подлежат сносу. При этом, безусловно, остается актуальным вопрос об утилизации отходов строительной отрасли, образовавшиеся в процессе или после процессов демонтажа или сноса различных зданий и сооружений. И здесь особенно важным является разработка логистических систем, позволяющих осуществить переработку подобных отходов с целью повторного использования, либо их утилизацию, в случае невозможности реализации первого варианта в связи с техническими особенностями оборудований или физическими характеристиками отходов.

Результаты и обсуждение

В современном строительстве вопрос переработки строительных отходов является неотъемлемой частью при осуществлении любого демонтажа. В

целом же современная логистическая система управления отходами должна охватывать все стадии жизненного цикла отходов: их выявление, планирование сбора и использования, сбор и подготовку к использованию или реализации, обеспечение полезного использования и контроль за их использованием. Так, например, такие брендовые предприятия как Toyota, Dell выстроили эффективную логистическую систему управления, которая способна минимизировать образование брака на производстве, тем самым сокращая объем возвращенной продукции. [10].

Организация реверсивной логистики требует разработки алгоритма управления обратными потоками. Выделяют следующие этапы управления реверсивными потоками:

1. Определение потенциального объема и характеристик обратных материальных потоков.

2. Группировка обратных материальных потоков по типовым характеристикам.

3. Обоснование технологии возврата, что предполагает расчет затрат на возвращение продукции.

4. Выбор механизма возврата.

5. Операционный этап возвращения (транспортировка, хранение, переработка обратного товаропотока, заключение договора аутсорсинга реверсивной логистики и т. д.).

6. Проектирование управления обратным потоком с учетом неявного ресурсного обеспечения и формирования оптимальной системы затрат на обслуживание обратного товаропотока.

7. Информационное обеспечение (внедрение модулей, прикладных программ, блоков возвратной (реверсивной) логистики в общую систему логистического управления бизнес-структур).

8. Формирование системы контроллинга возвратных потоков (мониторинг и контроль финансовых аспектов в механизме управления возвратными потоками).

Статистические данные свидетельствуют, что в Российской Федерации образуется около 15–17 млн т строительных отходов ежегодно, 60 % которых составляют кирпичные и железобетонные отходы. В связи с увеличением объемов строительства темпы роста количества строительных отходов составляют около 25 % в год [6].

Для обеспечения эффективного управления логистическими процессами по сбору, переработке и утилизации отходов важно придерживаться определенной схемы (рис. 1).

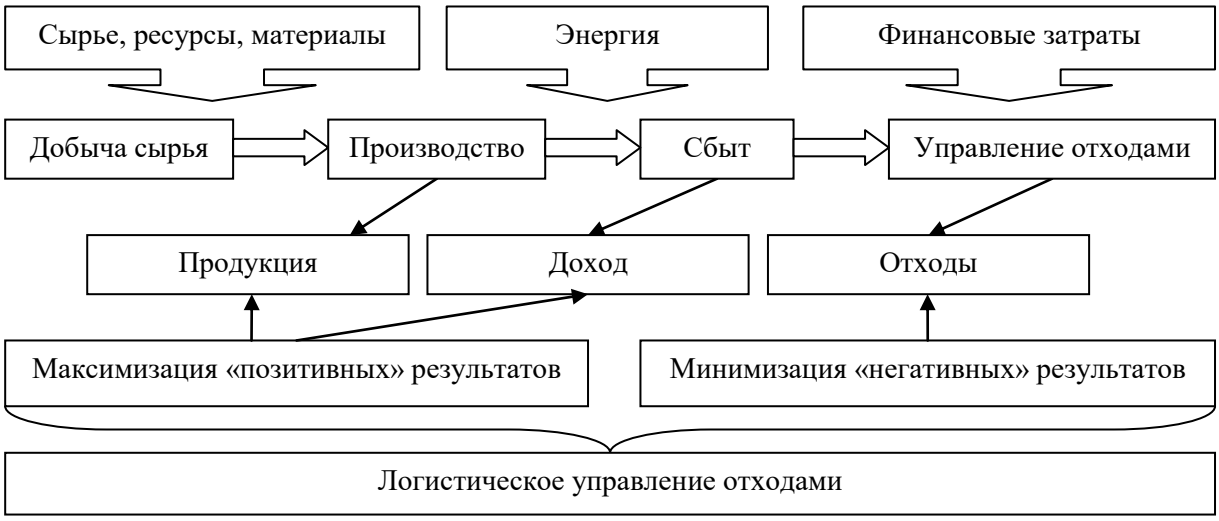


Рисунок 1 — **Логистическое управление отходами**

В рамках изменений в законодательстве, в отношении осуществления реформы системы обращения с отходами, в 2016 г. специалисты группы компаний DATUM разработали территориальную схему обращения с отходами в Ростовской области. Однако схема не была запущена, и в 2020 г. данные были актуализированы.

Территориальная схема обращения с отходами Ростовской области содержит такую информацию (рис. 2).



Рисунок 2 — **Информационное обеспечение территориальной схемы обращения отходами***

** Составлен на основе данных [7].*

В вопросах организации процесса сбора, переработки и утилизации отходов разного класса важно всем участникам процесса: населению, предприятиям-производителям отходов, местным органам управления, предприятиям, что занимаются сбором, переработкой и утилизацией отходов — находиться в постоянном взаимодействии.

Кроме того, важно предусмотреть достаточный уровень профессионализма исполнителей для осуществления этой деятельности.

По данным регионального кадастра отходов, на территории Ростовской области существует 525 объекта, где размещаются твердые коммунальные отходы (свалки, полигоны). Однако только 14 их них включены в Государственный реестр объектов размещения отходов. Следовательно, остальные являются незаконными. Например, статистические данные Ростовской области показали, что ежегодно здесь образуется до 2 млн т ТКО. В рамках государственной реформы по строительству ин-

фраструктуры межмуниципальных экологических отходоперерабатывающих комплексов (МЭОК) в Ростовской области будет выделено 7 млрд рублей. Следует также отметить, что по данным донского Министерства ЖКХ, на территории всех МЭОКов в Ростовской области планируется построить 34 мусороперегрузочных станций, 10 мусоросортировочных и 7 мусороперерабатывающих комплекса.

Особое место в организации предприятий по переработке и утилизации отходов вопрос раздельного их накопления. Первый отходоперерабатывающий комплекс Ростовской области был запущен 1 октября 2018 г. — Новочеркасский межмуниципальный экологический отходоперерабатывающий комплекс, основной задачей которого является сбор, транспортировка и размещение отходов, а также их своевременное удаление. В зону деятельности данного МЭОК входят 8 муниципальных образований: Новочеркасск, Батайск, Азов, районы Кагальницкий, Багаевский, Веселовский, Азовский и Аксайский. В 2020 г. запустили Волгодонский и Мясниковский МЭОК, объем инвестиций в строительство которых составил около 3,8 млрд рублей. В Мясниковский МЭОК вошли такие объекты:

1) площадка биокомпостирования;

2) полигон;

3) автоматизированный мусоросортировочный комплекс;

4) оборудование для утилизации строительных и крупногабаритных отходов.

Ожидаемая производственная мощность Мясниковского МЭОК составляет 800 тыс. т отходов в год.

Также в 2020 г. Правительством Ростовской области был утвержден порядок накопления ТКО № 663 [7]. Данный порядок определяет места накопления ТКО на территории Ростовской области с учетом санитарно-эпидемиологических норм обозначенных в законодательстве РФ. В рамках раздельного накопления ТКО выделено два вида отходов — органические и неорганические. Кроме того, Порядком определены цветовые индикаторы для контейнеров, что предусмотрены для раздельного накопления отходов.

На строительство Неклиновский МЭОК, было выделено 1,2 млрд рублей. В данный комплекс вошли следующие объекты:

– комплекс по сортировке ТКО;

– комплекс по утилизации крупногабаритных отходов, в том числе строительных;

– карта полигона для захоронения неутильной части.

В рамках данного проекта также предусмотрено строительство экотехнопарка, в состав которого войдут комплексы по переработке вторичного сырья и площадка биокомпостирования. Неклиновский МЭОК рассчитан на прием до 200 тыс. т отходов в год, в том числе измельчение и утилизацию до 20 тыс. т крупногабаритных и до 30 тыс. т строительных и промышленных отходов. Он рассчитан на обслуживание города Таганрог, Неклиновский, Матвеево-Курганский и Куйбышевский районов, где проживает свыше 400 тыс. человек.

В рамках реализации национального проекта «Экология» и регионального проекта «Комплексная система обращения с ТКО» в Донском регионе до конца 2022 г. планируется построить восемь МЭОК [5].

По прогнозам, благодаря новой системе обращения с отходами, их перерабатываемого доля увеличится с 5 до 35 % к концу 2024 г.

Отдельное внимание следует уделить ООО «ЭкоСпасСервис» компания осуществляет услуги по сбору, накоплению и утилизации отходов, транспортированию, обработке и обезвреживанию отходов 1–5-го класса опасности (рис. 3) на территории Ростова-на-Дону, Ростовской области, Краснодарского и Ставропольского краев.

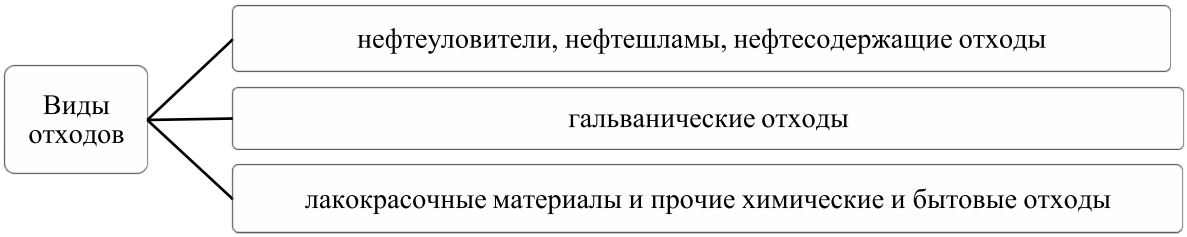


Рисунок 3 — **Виды отходов 1–5 класса опасности** [7]

Современная работа в сфере повышения экологичности Ростовской области постепенно прогрессирует. Благодаря инвестициям продолжается активная работа по строительству промышленных комплексов по сбору, переработке и утилизации отходов разных видов.

В ближайшем будущем в Ростовской области планируется строительство теплоэлектростанции, которая будет давать энергию от переработки мусора. Такой комплекс не только обеспечит сокращение количества отходов, но и на основании концепции 3R позволит осуществлять вторичную переработку материалов.

Выводы

Рассмотренные позитивные тенденции в решении проблем загрязнения окружающей среды в Ростовской области находятся на начальном этапе. Однако для дальнейшего развития важно продолжать внедрять новые технологии утилизации отходов, которые могут включать современные системы разделения, сжигания, компостирования, переработки, создания современных санитарных полигонов по обезвреживанию и захоронению отходов. В данном аспекте следует тщательно учитывать финансовый фактор, что определяет эффективность осуществления деятельности предприятий по сбору, переработке и утилизации отходов.

Библиографический список

1. *Альбеков, А. У.* Логистика в управлении коммерческим оборотом вторичных ресурсов. — СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 1998.

2. *Джонсон, Д., Вуд, Д. Ф., Уордлоу, Д. Л., Мерфи, П. Р. (мл.).* Современная логистика. — М., 2004. — С. 92.

3. *Линдерс, М., Джонсон, Ф., Флинн, А., Фирон, Г.* Управление закупками и поставками. — 13-е изд. — М. : Юнити-Дана, 2012.

4. О пользе переработки строительного мусора [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://bio.ukr.bio/ru/articles/2466.

5. Об утверждении порядка накопления твердых коммунальных отходов (в том числе их раздельного накопления) на территории Ростовской области : [Постановление Правительства Ростовской области от 21.07.2020 № 663] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://pravo.donland.ru/doc/view.

6. Сайт Министерства природных ресурсов и экологии Ростовской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://xn--d1ahaoghbejbc5k.xn--p1ai/activity/398.

7. Сделаем планету чище: Гарантийный фонд помог предприятию по утилизации отходов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://161.ru/text/economics/2019/12/05/66382834.

8. *Сборщиков, С. Б.* Логистические принципы управления отходами строительного производства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/logistiches kie-printsipy-upravleniya-othodami-stroitelnogo-proizvodstva-1/viewer.

9. *Сток, Дж. Р., Ламберт, Д. М.* Стратегическое управление логистикой. М. : ИНФРА-М, 2005.

10. Восемь отходов производственной системы Toyota (TRS) [Элект-

ронный ресурс]. — Режим доступа: https://arrizabalagauriarte.com/en/los-8-desperdicios-del-sistema-de-produccion-de-toyota-tps.

Bibliographic list

1. *Albekov, A. U.* Logistics in management of commercial turnover of secondary resources. — SPb. : Publishing house of St. Petersburg State University of Economics, 1998.

2. *Johnson, D., Wood, D. F., Wardlow, D. L., Murphy, P. R. (Jr.).* Modern logistics. — M., 2004. — P. 92.

3. *Linders, M., Johnson, F., Flynn, A., Firon, G.* Procurement and supply management. — 13th ed. — M. : Unity-Dana, 2012.

4. On the benefits of processing construction waste [Electronic resource]. — Mode of access: https://bio.ukr.bio/ru/articles/2466.

5. On approval of procedure for accumulation of municipal waste (including their separate accumulation) in territory of Rostov region : [Decree of Government of Rostov region from 21.07.2020 № 663] [Electronic resource]. — Mode of access: https://pravo.donland.ru/doc/view.

6. Site of Ministry of Natural Resources and Ecology of Rostov Region [Electronic resource]. — Mode of access: https: //xn--d1ahaoghbejbc5k.xn--p1ai/activity/398.

7. Let's make the planet cleaner: The Guarantee Fund helped the waste disposal company [Electronic resource]. — Mode of access: https://161.ru/text/economics/2019/12/05/66382834.

8. *Sbornikov, S. B.* Waste management logistics principles construction production [Electronic resource]. — Mode of access: https://cyberleninka.ru/article/n/logisticheskie-printsipy-upravleniya-othodami-stroitelnogo-proizvodstva-1/viewer.

9. *Stoke, J. R., Lambert, D. M.* Strategic logistics management. — M. : INFRA-M, 2005.

10. 8 waste of Toyota production system (TRS) [Electronic resource]. — Mode of access: https://arrizabalagauriarte.com/en/los-8-desperdicios-del-sistema-de-produccion-de-toyota-tps.

М. М. Баланова, О. В. Бодягин

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ПЛАТФОРМЕННЫМИ ТНК

Аннотация

Статья раскрывает консолидированное видение источников конкурентного преимущества платформенных ТНК, позволяющих им успешно конкурировать и вытеснять традиционные ТНК на глобальном рынке. В работе перечисляются факторы, обусловливающие выбор стратегии интернационализации владельцами платформенного бизнеса, нашедшие практическое применение в разработанной алгоритмической модели, предполагающей пошаговый анализ внутренней и внешней среды бизнеса, результатом которого является формирование конкурентной стратегии интернационализации платформенной ТНК.

Ключевые слова

Платформенная ТНК, фирменные преимущества, стратегия интернационализации, факторы интернационализации, сетевые эффекты, цифровая зрелость, регулирование платформенного бизнеса.

M. M. Balanova, O. V. Bodiagin

SYSTEMIC APPROACH TO FORMING THE COMPETITIVE INTERNATIONALIZATION STRATEGY BY PLATFORM MNES

Annotation

Article reveals a consolidated vision of sources of firm-specific advantages (FSAs) of platform MNEs, allowing them to successfully compete with and displace linear MNEs in global market. Manuscript lists the factors that determine the internationalization strategy platform business owners select, which have found practical application in developed algorithmic model entailing a step-by-step analysis of internal and external business environment, result of which is formation of competitive internationalization strategy by platform MNEs.

Keywords

Platform MNE, firm-specific advantages (FSAs), internationalization strategy, factors of internationalization, network effects, digital maturity, platform business regulation.

Введение

Активная глобальная экспансия платформенных ТНК свидетельствует об их высокой конкурентоспособности, базирующейся на реализации уникальных для этого типа ТНК фирменных конкурентных преимуществах, природу и качественные характеристики которых важно учитывать при разработке эффективной стратегии интернационализации этих компаний. На успех и траекторию экспансии платформенных ТНК на зарубежные рынки влияет группа переменных, которую предлагается рассматривать в системе для успешной интернационализации платформенных компаний и усиления их конкурентных позиций.

Материалы и методы

Работа над формированием системного видения источников конкурентного преимущества платформенных ТНК базируется на приемах и методах группировки и обобщении теоретического материала. Для проверки применимости факторов, влияющих на формирование стратегии интернационализации, был использован качественный анализ с использованием кейс-метода. Методом, позволившим применить на практике полученные результаты в рамках анализа данных факторов, послужили моделирование, логический и системный подходы. Информационно-эмпирической базой для формирования выборки исследования послужили рейтинги «43 платформенные компании по Кусумано, Говеру, Йоффи» [8] и «30 самых дорогих компаний Рунета. Рейтинг Forbes» [1].

Результаты

Концептуализация фирменных преимуществ платформенных ТНК

Труды авторов, изучающих проблематику новых субъектов международного бизнеса, использующих платформенную бизнес-модель, фрагментированно описывают их внутрифирменные преимущества.

Все работы, посвященные платформенным ТНК, упоминают сетевые эффекты как незаменимый и обязательный фактор, стимулирующий рост любой платформы. Описывая природу сетевых эффектов, исследователи отмечают, что сетевые эффекты возникают при предоставлении платформой данных, представляющих ценность для всех категорий пользователей и партнеров платформенной ТНК. Мы предлагаем систематизировать конкурентные фирменные преимущества платформенной ТНК, выделив три источника, и продемонстрировать, существует ли взаимосвязь между ними.

Тремя основными источниками конкурентных преимуществ платформенных компаний и одновременно механизмами создания ценности являются: основной продукт, или уникальное торговое предложение (УТП), (создание нового рынка или уникальные проверенные обработанные цифровые данные), комплементарный продукт/услуга и сетевые эффекты.

Основным продуктом, как правило, выступает уникальное торговое предложение (УТП) платформенной компании. Американский маркетолог Р. Ривс ввел рекламную концепцию УТП, базирующуюся на сообщении об уникальном свойстве товара, дающем выгоду, настолько сильное, чтобы привлечь к потреблению товара широкие массы людей [12]. Термин «УТП» был выбран для объединения нескольких конкурентных преимуществ по Портеру: рыночного и инновационного [4]. В случае первых появившихся платформенных компаний УТП платформенных ТНК выступает создание нового рынка как рыночное конкурентное преимущество. Например, компания Airbnb создала рынок аренды недвижимости индивидуальных предпринимателей, продолжая создавать все большую конкуренцию крупнейшим мировым гостиничным сетям. Естественно, со временем данное УТП дублируется отечественными конкурентами и за рубежом. Вторым типом УТП платформенных ТНК выступают уникальные проверенные обработанные цифровые данные, предоставляемые обоими типами пользователей платформы, к которым предоставляется доступ. Данный тип конкурентного преимущества является инновационным, поскольку, как утверждает Е. Смирнов, «основной источник их ценности возникает из использования этих данных платформенными ТНК интеллектуальными способами… То, как конкретные фирмы извлекают ценность из таких данных, является ключом к пониманию и влиянию на процесс формирования и удержания добавленной стоимости в цифровой экономике» [3, с. 57]. Следует отдельно отметить, что и новый рынок, и технология или информация обладают цифровой природой.

Вторым источником конкурентного фирменного преимущества платформенных ТНК являются их комплементарные продукты или услуги. В научном сообществе их подробно описывают в разрезе проблематики структуры платформенной экосистемы, однако напрямую их не называют источником конкурентного преимущества платформы. Тем не менее, работа М. Кусумано подтверждает данный факт. Согласно ученому, часто платформа несет относительно небольшую ценность для своих пользователей без этих комплементарных продуктов или услуг [9]. Примерами комплементарных продуктов для платформенных ТНК служат платежные системы, мобильные карты и другие приложения (программные продукты) сторонних разработчиков. Как было упомянуто в параграфе об участниках платформенной экосистемы, под комплементарным продуктом или услугой понимают актив, разрабатываемый и предоставляемый другими участниками экосистемы, комплементорами, который увеличивает добавленную ценность основному продукту. Ярким примером комплементарного продукта является введение платежной системы электронных платежей Qiwi для российских покупателей, использующих китайскую торговую площадку AliExpress. Qiwi в данном случае — комплементарный продукт. Качество комплементарного продукта или услуги напрямую влияет на ценность УТП и приверженность пользователей, формирующих спрос.

Третьим конкурентным преимуществом выступают сетевые эффекты — это «дополнительное преимущество, получаемое пользователем при присоединении каждого нового пользователя к сети» [10]. Согласно ряду ученых, сетевые

эффекты являются фундаментальным механизмом создания ценности платформы [14; 13, с. 883]. По словам Браузерс и др., создание масштабной сети пользователей владельцем цифровой платформы и создает ценность данной платформы [7, с. 514]. Ученые ссылаются на Катца и Шапиро, которые одними из первых исследовали природу сетевых эффектов и утверждали, что предложение платформы (т. е. то, что мы называем в работе УТП) представляет ценность лишь в случае, если количество пользователей на определенном рынке наряду с количеством взаимодействий между данными пользователями достигает критической массы [11]. Авторы статьи «Цифровые платформы как ресурс повышения конкурентоспособности цепей поставок» М. Н. Григорьев, И. А. Максимцев, С. А. Уваров апеллируют к закону Меткалфа, согласно которому «ценность коммуникационной сети пропорциональна квадрату численности подключенных к этой сети пользователей (людей и компьютеров) [2: 9]. Чем большее количество пользователей воспользуется предложением, доступным у платформенной компании, тем выше становится ценность платформы. Платформенные ТНК не владеют и даже не управляют активами своих пользователей (лишь координируют активы посредством программного интерфейса приложения (API)). Действительно сетевые эффекты являются мощнейшим механизмом создания ценности, роста и интернационализации платформ. Было предложено рассматривать их в качестве третьего конкурентного преимущества ввиду того, что если мы говорим о положительных сетевых эффектах, они предполагают качественный продукт, т. е. УТП, благодаря которому сетевые эффекты не возникнут или будут возрастать, но обладая негативной природой. Соответственно, с учетом наличия двух сетевых эффектов, работающих применительно к платформам, предлагается идентифицировать сетевые эффекты как *«экономический феномен увеличения ценности платформы, который зависит от роста пользователей платформы и ее комплементоров»*.

Представив концептуальное видение источников конкурентных преимуществ платформенных ТНК, целесообразно определить факторы, которые влияют на формирование стратегий интернационализации платформенным бизнесом, и установить, влияют ли данные факторы на конкурентные преимущества платформенных ТНК.

Определение факторов, влияющих на формирование платформенным бизнесом стратегии интернационализации

Погружение в проблематику выбора стратегии интернационализации владельцами платформенного бизнеса посредством изучения работ эмпирического характера позволило выделить четыре переменных, влияющих на выбор стратегии интернационализации платформенной ТНК, а именно

1) привязанность сетевых эффектов (внутри- и межстрановых) к местоположению активов;

2) природа активов, которыми владеет платформенная ТНК;

3) уровень цифровой зрелости компании, овеществленной в разработанность и эффективность работы ее цифровой платформенной стратегии;

4) характер внешней институциональной среды отечественного и нового рынков (благоприятствующий или агрессивный).

Три первых фактора являются внутрифирменными, характер институциональной среды отечественного и нового рынков представляет собой внешний фактор, влияющий на формирование стратегии интернационализации.

Характер влияния четырех факторов на стратегии интернационализации платформенных ТНК, а также выборка, с помощью которых была проверена достоверность факторов и их влияние, представлены в таблице 1.

Таблица 1 — **Описание факторов, формирующих стратегию интернационализации платформенными ТНК***

Название фактора	Выборка для проверки	Описание характера влияния фактора
Привязанность сетевых эффектов к местоположению активов	22 зарубежные транзакционные платформенные ТНК из выборки платформенных ТНК М. Кусумано, А. Говер и Д. Йоффи [8]; 10 российских платформенных ТНК рейтинга «30 самых дорогих компаний Рунета. Рейтинг Forbes 2021» [1]	Платформенные ТНК, генерирующие межстрановые сетевые эффекты, вероятнее всего применят глобальную стратегию при выходе на зарубежный(-е) рынок(-ки). Наращивая преимущественно внутристрановые сетевые эффекты, платформенные ТНК вероятнее всего применят многонациональную стратегию. Платформенные ТНК, генерирующие межстрановые сетевые эффекты, вероятнее всего выйдут на зарубежный рынок самостоятельно; Генерируя, прежде всего, внутристрановые сетевые эффекты, компании вероятнее всего выйдут на зарубежный рынок посредством поглощения или создания альянсов
Природа активов, которыми владеет платформенная ТНК	22 зарубежные транзакционные платформенные ТНК из выборки платформенных ТНК М. Кусумано, А. Говер и Д. Йоффи [8]; 10 российских платформенных ТНК рейтинга «30 самых дорогих компаний Рунета. Рейтинг Forbes 2021» [1]	Платформенные ТНК с малой долей материальных вероятнее всего используют самостоятельный способ выхода. Платформенные ТНК с большой долей материальных активов или платформенные ТНК смешанного типа (согласно природе активов) вероятнее будут применять неакционерные способы или экспорт
Уровень цифровой зрелости компании	14 российских платформенных ТНК рейтинга «30 самых дорогих компаний Рунета. Рейтинг Forbes 2021» [1]	Платформенные ТНК, использующие цифровую платформенную стратегию, т. е. непрерывно применяющие новые ИКТ для удовлетворения потребностей пользователей — покупателей и продавцов, наращивают цифровую зрелость, обеспечивающую более высокую степень интернационализации и доминирование на региональном или глобальном платформенном рынке
Характер внешней институциональной среды отечественного и нового рынков	Правовая среда 4 экономик — США, Китая, ЕС и России	Правовая среда (благоприятствующая или агрессивная) страны происхождения платформенной ТНК напрямую влияет как на функционирование компании в стране, так и на ее интернационализацию. Правовая среда (благоприятствующая или агрессивная) страны-реципиента платформенной ТНК напрямую влияет на ее выход на данный рынок

** Разработана на основе данных материалов [5], [6].*

Анализ четырех факторов, обусловливающих выбор стратегии интернационализации платформенной ТНК, позволяет продемонстрировать взаимосвязь между фирменными преимуществами, факторами и стратегиями интернационализации, применив системный подход моделирования (рис. 1).



Рисунок 1 — **Модель факторов влияния на стратегию интернационализации платформенными ТНК**

Привязанность сетевых эффектов к местоположению активов и природа самих активов компании влияет на характер формируемых сетевых эффектов (внутри- или межстрановых); цифровая зрелость компании обусловливает успешность реализации УТП, комплементарных продуктов/услуг и качество сетевых эффектов; институциональная правовая среда страны происхождения и реципиента платформенного продукта влияет на все три источника конкурентного преимущества платформенной компании.

Порядок анализа факторов, формирующих стратегии интернационализации платформенной ТНК

Сформулировав четыре ключевых фактора, влияющих на стратегию интернационализации платформенных ТНК, нами предлагаются четыре последовательные рекомендации в адрес руководителей российских платформенных ТНК, отраженные в разработанной алгоритмической модели формирования конкурентных стратегий интернационализации платформенными ТНК (рис. 2), предполагающей четыре шага:

1) оценить характер институциональной среды отечественного рынка и потенциального для интернационализации;

2) измерить цифровую зрелость компании с использованием матрицы и шкалы цифровой зрелости компаний;

3) оценить природу активов компании;

4) определить, существует или отсутствует привязанность сетевых эффектов к местоположению активов компании.

Данная модель позволяет владельцу платформенной компании определить не только стратегию интернационализации и способ выхода, а также возможности и риски выхода на отечественный и новые рынки в целом.

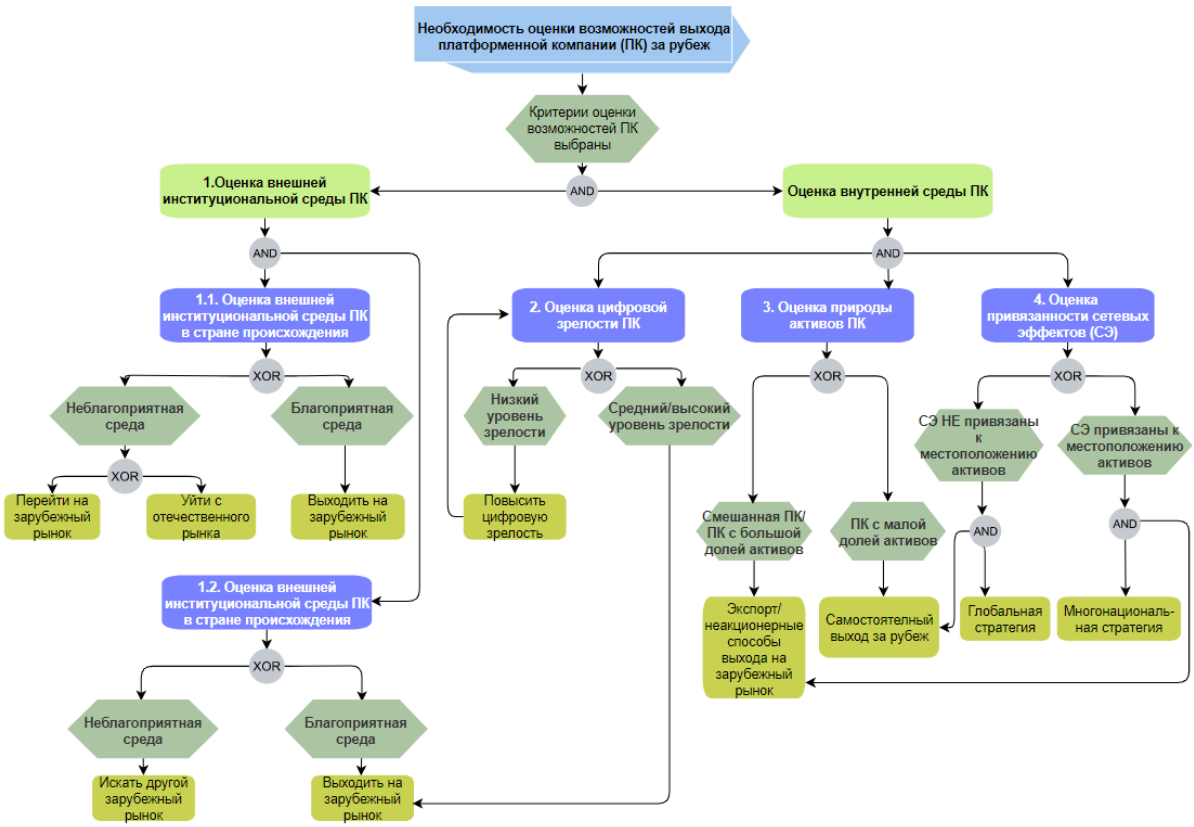


Рисунок 2 — **Алгоритмическая модель формирования конкурентной стратегии интернационализации платформенной ТНК**

Обсуждение

В процессе апробирования результатов отдельных факторов, влияющих на интернационализацию платформенных ТНК, было выявлено, что дальнейшей проверки требуют следующие аспекты факторов, а именно:

– необходимо проверить влияет ли природа активов не только на способ выхода компании за рубеж, но и на выбор стратегии интернационализации платформенной ТНК;

– требуется проверить гипотезу о том, обусловливает ли природа продуктов (материальная или нематериальная) природу активов платформенной ТНК. Другими словами, если платформенная ТНК является посредником для реализации материальных или нематериальных активов, влияет ли это на необходимость специфических материальных активов, необходимых для обслуживания пользователей, формирующих спрос и предложение на платформе (складские помещения, пункты выдачи, оборудование для обработки заказов, клиентской поддержки, др.).

Выводы

Результаты исследования позволяют установить, что платформенные ТНК обладают тремя источниками конкурентных преимуществ, а именно основным продуктом, или уникальным торговым предложением (УТП), (созданием нового рынка или уникальными проверенными обработанными цифровыми данными), комплементарным продуктом/услугой и сетевыми эффектами, обусловленными качеством УТП и комплементарных продуктов/услуг.

Системный подход к определению факторов, обуславливающих формирование стратегии интернационализации, помог определить взаимосвязь между факторами и фирменными преимуществами платформенных ТНК. Так, привязанность сетевых эффектов к местоположению активов и природа самих акти-

вов компании влияет на характер формируемых сетевых эффектов (внутри- или межстрановых); цифровая зрелость компании обуславливает успешность реализации УТП, комплементарных продуктов/услуг и качество сетевых эффектов; институциональная правовая среда страны происхождения и реципиента платформенного продукта влияет на все три источника конкурентного преимущества платформенной компании.

Не менее значимым результатом исследования является разработка авторской алгоритмической модели формирования конкурентной стратегии интернационализации платформенной ТНК, предполагающей поэтапный анализ внутренней и внешней среды компании владельцем платформенного бизнеса для его конкурентной интернационализации за рубеж.

Библиографический список

1. 30 самых дорогих компаний Рунета. Рейтинг Forbes. 2021 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.forbes.ru/biznes-photogallery/421235-30-samyh-dorogih-kompaniy-runeta-reyting-forbes?photo=30.

2. *Григорьев, М. Н., Максимцев, И. А., Уваров, С. А.* Цифровые платформы как ресурс повышения конкурентоспособности цепей поставок // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2018. — № 2 (110). — С. 8–11.

3. *Смирнов, Е. Н.* Цифровая трансформация мировой экономики: торговля, производство, рынки : моногр. [Электронный ресурс]. — М. : Мир науки, 2019. — Режим доступа: https://izd-mn.com/PDF/38MNNPM19.pdf.

4. *Портер, М. Е.* Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. — М., 2005.

5. *Balanova, M.* Analysis of internationalization strategies leading transaction platform companies apply [Electronic resource] // Building a sustainable future in SEECs and Black Sea Region : Proceedings of 10th ASECU Youth International Conference and Summer School. 2022. — Mode of access: http://asecu-youth.com/schools-and-conferences.

6. *Balanova, M., Bodiagin, O., Mezinova, I., Iliev, D., Lukashevich, N.* Comparative analysis of internationalization strategies of digital platform companies [Electronic resource] // Global challenges of digital transformation of markets — 2021 (GDTM-2021) : proceedings of international conference. — Mode of access: http://gdtm.spbstu.ru.

7. *Brouthers, K. D., Geisser, K. D., Rothlauf, F.* Explaining the internationalization of ibusiness firms. Journal of International Business Studies. — 2016. — № 47. — P. 513–534.

8. *Cusumano, M., Gawer, A., Yoffie, D.* Business of platforms: strategy in the age of digital competition, innovation, and power // Harper Business. — 2019.

9. *Cusumano, M.* Staying power: six enduring principles for managing strategy and innovation in uncertain world (lessons from Microsoft, Apple, Intel, Google, Toyota and more). — Oxford : Oxford University Press, 2010.

10. *Johnson, N. L.* What are network effects? [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.applicoinc.com/blog/network-effects.

11. *Katz, M., Shapiro, C.* Systems competition and network effects // Economic. Perspectives. — 1994. — № 8 (2). — P. 93–115.

12. *Reeves, R.* Reality in advertising. — London : Macgibbon and Kee, 1961.

13. *Tur, N., Kutvonen, A., Ritala, P.* Platform design framework: conceptualization and application // Technology Analysis & Strategic Management. — 2017. — № 30 (8). — P. 881–894.

14. *Van Alstyne, M. W., Parker, G. G., Choudary, S. P.* Pipelines, platforms, and new rules of strategy // Harvard Business Review. — 2016. — № 94 (4). — P. 54–62.

Bibliographic list

1. 30 most valuable RuNet companies. Forbes Ranking. — 2021. — [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.forbes.ru/biznes-photogallery/421235-30-samyh-dorogih-kompaniy-runeta-reyting-forbes?photo=30.

2. *Grigoriev, M. N., Maksimtsev, I. A., Uvarov, S. A.* Digital platform as a resource for improving competitiveness of supply chains // Izvestia of Saint-Petersburg State University of Economics. — 2018. — № 2 (110). — P. 8–11.

3. *Smirnov, Ye. N.* Digital transformation of world economy: trade, production, markets [Electronic resource]. — M. : Scientific World, 2019. — Mode of access: https://izd-mn.com/PDF/38MNNPM19.pdf.

4. *Porter, M. E.* Competitive advantage, creating and sustaining superior performance. — M., 2005.

5. *Balanova, M.* Analysis of internationalization strategies leading transaction platform companies apply [Electronic resource] // Building a sustainable future in SEECs and Black Sea Region : Proceedings of 10th ASECU Youth International Conference and Summer School. 2022. — Mode of access: http://asecu-youth.com/schools-and-conferences

6. *Balanova, M., Bodiagin, O., Mezinova, I., Iliev, D., Lukashevich, N.* Comparative analysis of internationalization strategies of digital platform companies [Electronic resource] // Global challenges of digital transformation of markets — 2021 (GDTM-2021) : proceedings of international conference. — Mode of access: http://gdtm.spbstu.ru.

7. *Brouthers, K. D., Geisser, K. D., Rothlauf, F.* Explaining the internationalization of ibusiness firms. Journal of International Business Studies. — 2016. — № 47. — P. 513–534.

8. *Cusumano, M., Gawer, A., Yoffie, D.* Business of platforms: strategy in the age of digital competition, innovation, and power // Harper Business. — 2019.

9. *Cusumano, M.* Staying power: six enduring principles for managing strategy and innovation in uncertain world (lessons from Microsoft, Apple, Intel, Google, Toyota and more). — Oxford : Oxford University Press, 2010.

10. *Johnson, N. L.* What are network effects? [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.applicoinc.com/blog/network-effects.

11. *Katz, M., Shapiro, C.* Systems competition and network effects // Economic. Perspectives. — 1994. — № 8 (2). — P. 93–115.

12. *Reeves, R.* Reality in advertising. — London : Macgibbon and Kee, 1961.

13. *Tur, N., Kutvonen, A., Ritala, P.* Platform design framework: conceptualization and application // Technology Analysis & Strategic Management. — 2017. — № 30 (8). — P. 881–894.

14. *Van Alstyne, M. W., Parker, G. G., Choudary, S. P.* Pipelines, platforms, and new rules of strategy // Harvard Business Review. — 2016. — № 94 (4). — P. 54–62.

В. А. Гузей

РАЗРАБОТКА МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЛЬНОГО ПОДХОДА: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Аннотация

Достижение устойчивого развития экономического субъекта требует проведения его трансформации в качественно новую форму. Управление устойчивым развитием способствует повышению эффективности роста результативных показателей организации, учитывая ограниченность имеющихся ресурсов, а также динамичность изменения

ее внешней среды. В ходе изучения применяемых методов анализа устойчивого развития предприятия и, кроме того, формирования комплекса показателей, характеризующих степень достижения устойчивости, мы разработали методический подход к анализу уровня устойчивого развития экономического субъекта, посредством осуществления интегральной оценки степени устойчивого развития хозяйствующего субъекта. Цель исследования, представленного в статье, заключается в разработке авторского методического инструментария к анализу уровня устойчивого развития экономического субъекта, посредством осуществления интегральной оценки экономических показателей функционирования. Было осуществлено выделение классов организаций, в соответствии с показателями достигнутого уровня устойчивого развития, в разрезе показателей, входящих в круг исследования в рамках экономической составляющей устойчивого развития. По итогам предлагаемой авторской методики определения существующих состояний экономических субъектов в динамике за ряд лет, в связи с чем было выявлено, что исследуемые экономические субъекты относятся к определенному классу устойчивости развития, в соответствии с совокупностью набранного количества баллов, на основе фактических значений исчисляемых финансовых коэффициентов.

Ключевые слова

Экономическая составляющая устойчивого развития, показатели устойчивого развития, критерии оценки исследуемой организации, методика анализа устойчивого развития, фактические значения показателей.

V. A. Guzey

DEVELOPMENT OF METHODOLOGICAL TOOLS FOR ASSESSING THE LEVEL OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF BUSINESS SUBJECT BASED ON INTEGRAL APPROACH: ECONOMIC COMPONENT

Annotation

Achieving sustainable development of economic entity requires its transformation into a qualitatively new form. Management of sustainable development contributes to effectiveness of growth of performance indicators of organization, taking into account the limitations of available resources, as well as dynamism of changes in its external environment. During the study of applied methods of analysis of sustainable development of enterprise and, in addition, formation of a set of indicators characterizing the degree of achieving sustainability, we have developed a methodical approach to the analysis of level of sustainable development of economic entity, through the implementation of integral assessment of degree of sustainable development of economic entity. Purpose of present study is to develop the author's methodological tools to analyze the level of sustainable development of economic entity, through the implementation of integral assessment of economic indicators of functioning. In this connection, allocation of classes of organizations, according to the indicators of achieved level of sustainable development, in context of indicators included in scope of study within economic component of sustainable development was carried out. According to the results of proposed author's methodology for determining the existing states of economic entities in dynamics over number of years, in connection with which it was revealed that studied economic entities belong to a certain class of sustainable development, in accordance with the aggregate number of points, based on actual values of calculated financial ratios.

Keywords

Economic component of sustainable development, indicators of sustainable development, criteria for assessing the organization under study, methodology for analyzing sustainable development, actual values of indicators.

Введение

В российской практике исследований в настоящее время ведутся работы по формированию единой, универсальной, легко масштабируемой комплексной методики анализа уровня устойчивого развития экономического субъекта [1, 2]. В ходе изучения применяемых методов анализа устойчивого развития предприятия и, кроме того, формирования комплекса показателей, характеризующих степень достижения устойчивости, мы разработали методический подход к анализу уровня устойчивого развития экономического субъекта, посредством осуществления интегральной оценки степени устойчивого развития хозяйствующего субъекта.

Материалы и методы

В основе указанной методики лежат основные концептуальные положения, способствующие проведению анализа уровня устойчивого развития экономического субъекта, с позиции системного подхода. Методологической основой настоящего исследования выступают общенаучные теоретические принципы, а также теория комплексного анализа, основополагающие принципы системного подхода, методы осуществления планирования, позволяющие осуществить систематизацию поступающих информационных потоков, в разрезе внутренней и внешней среды экономического субъекта. При проведении научных изысканий были использованы следующие методы: анализ и синтез, осуществлены систематизация и обобщение результатов проведенного исследования, применялся логический, а также системный подходы. В ходе написания статьи нами был разработан авторский методический инструментарий оценки уровня устойчивого развития экономического субъекта, посредством интегральной оценки.

Обсуждение

Разработанный методический подход к анализу уровня устойчивого развития экономического субъекта, посредством интегральной оценки, учитывает состояние организации в разрезе наиболее объемной (включающей наибольшее число показателей) и значимой для менеджмента и заинтересованных сторон хозяйствующего субъекта — экономической устойчивости. Показатели, входящие в круг исследования экономической составляющей устойчивого развития, призваны сформировать представление об основных экономических параметрах устойчивого развития предприятия.

В целях обеспечения достоверности проведения расчетов, а также сопоставимости оцениваемых показателей, следует определить весовые значения показателей, входящих в экономическую группу видов устойчивого развития. Поэтому исчисленным значениям показателей необходимо присвоить балльные значения (от 0 до 5 баллов каждому показателю). Показателю, имеющему самое низкое значение, присваивается 0 баллов, а индикатору, демонстрирующему высокое значение, присваивается 5 баллов. В итоге сумма балльных значений всех рассчитанных показателей, перемноженных на весовой коэффициент, позволит сформировать величину интегральной групповой оценки.

Интегральные значения исчисляются по экономической группе показателей, в соответствии с видами устойчивого развития. Группе экономических показателей присваиваются соответствующие весовые коэффициенты, соответствующие видам устойчивости и выраженные в процентах. Экономическая составляющая устойчивого развития имеет собственный уровень воздействия на исследуемое предприятие.

Процесс оценки уровня устойчивого развития субъекта хозяйствования осуществляется в целях управления его стратегическим развитием, с применением совокупности показателей для его анализа. Выбор и использование показателей, характеризующих устойчивость развития предприятия, способствует проведению аналитического иссле-

дования итогов, а также определению устойчивости его функционирования. Совокупность оценочных показателей позволяет оценить результаты деятельности экономического субъекта (учитывающих характерное влияние факторов внешнего и внутреннего воздействия), а также определить его «узкие места» и перспективы развития.

В целях детализации аналитического исследования устойчивости развития экономического субъекта необходимо разработать методику осуществления интегральной оценки уровня устойчивого развития экономического субъекта.

Результаты

В статье представлена разработанная методика оценки уровня устойчивого развития хозяйствующего субъекта на основе интегрального подхода, в разрезе экономической составляющей. Показатели, характеризующие экономические аспекты функционирования субъектов хозяйствования являются наиболее многочисленными и значимыми для достижения высоких результативных показателей деятельности. При этом нельзя недооценивать оценивание остальных составляющих устойчивого развития предприятий, включая социальный экологический, институциональный и информационный аспекты. Совокупность показателей указанных четырех оставляющих устойчивого развития будет рассмотрена нами в следующей статье под названием «Методический инструментарий оценки уровня устойчивого развития хозяйствующего субъекта на основе интегрального подхода: социальная, экологическая, институциональная и информационная составляющие».

В ходе разработки авторской методики классификации уровня устойчивого развития исследуемого хозяйствующего субъекта, на основе интегрального критерия в качестве наивысшего совокупного значения была принята величина 1000 баллов. Для корректного вовлечения в исследование всех составляющих устойчивого развития (экономической, социальной, экологической, институциональной, информационной) было предложено использовать экспертное распределение баллов по этим составляющим в следующем соотношении: 250; 250; 250; 125; 125. Внутри каждой из составляющих с использованием экспертного метода были определены весовые значения показателей устойчивости развития. Затем на основе нормальных ограничений для каждого показателя были определены условия для снижения критерия оценки и анализа исследуемой организации. Расчеты, проведенные для формирования выделяемых границ классов устойчивости развития, в соответствии с рассчитанными критериями, позволили сформировать возможные диапазоны значений показателей. Для каждого показателя был определен диапазон возможных значений в рамках пяти классов устойчивого развития. Разработанная авторская методика классификации уровня устойчивого развития исследуемого хозяйствующего субъекта, на основе интегрального критерия представлена в таблице 1. В соответствии с предлагаемой методикой используется совокупность из шестидесяти показателей, классифицированных в группы в соответствии с видом устойчивости, к которому они имеют непосредственное отношение. Показатели экономической устойчивости составляют самую многочисленную группу, что, по нашему мнению, является логичным, в связи с их особой значимостью для руководства и заинтересованных сторон хозяйствующего субъекта. Указанное не умаляет значимости остальных показателей устойчивости развития, однако, деятельность хозяйствующего субъекта, стремящегося продолжить свое существование, зависит от значительного числа факторов, большее число из которых характеризует наиболее важные экономические аспекты его функционирования.

Таблица 1 — **Выделение классов организаций в соответствии с показателями достигнутого уровня устойчивого развития и условиями варьирования критериев**

Вид устойчивости, в разрезе группы	**Показатели для анализа устойчивости**	**Весовые значения групп показателей устойчивости развития**	**Нормальное ограничение**	**Условия для снижения критерия оценки исследуемой организации**	**Выделяемые границы классов устойчивости развития в соответствии с рассчитанными критериями**				
					Класс устойчивости развития 1: Значение коэффициента — количество присваиваемых баллов организации	Класс устойчивости развития 2: Значение коэффициента — количество присваиваемых баллов организации	Класс устойчивости развития 3: Значение коэффициента — количество присваиваемых баллов организации	Класс устойчивости развития 4: Значение коэффициента — количество присваиваемых баллов организации	Класс устойчивости развития 5: Значение коэффициента — количество присваиваемых баллов организации
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ (0,25 — весовое значение составляющей устойчивости) — 250 баллов из 1000									
Финансовая	1. Коэффициент текущей ликвидности (Кп)	**0,23 (57,5 баллов)** 9 показателей (6,38 баллов на каждый)	1,5-2,5 (в зависимости от отрасли)	За каждые 0,01 пункта снимается 0,05 балла	1,70 — 2,0, то *6,37-4,87* баллов Если коэффициент составляет> 2,0, то *6,38* баллов	1,69 — 1,50, то *4,82-3,87* баллов	1,49 — 1,30, то *3,82-2,87* баллов	1,29 — 1,10, то *2,82-1,87* балла	≤ 1,09, то *1,82* и менее баллов
	2. Коэффициент автономии (Ка)		>0,5 (оптимальное 0,6-0,7)	За каждые 0,01 пункта снимается 0,05 балла	0,7-0,6 то *6,38-5,88* баллов	0,59-0,50 то *5,83-5,38* баллов	0,49-0,30 то *5,33-4,38* баллов	0,29-0,1 то *4,33-3,38* баллов	<0,1 то *3,33 и менее баллов* 0,71-1,0 то *3,33 и менее баллов*
	3. Коэффициент финансовой зависимости (Кфз)		>0,5 (не более 0,6-0,7)	За каждые 0,01 пункта снимается 0,05 балла	0,7-0,6 то *6,38-5,88* баллов	0,59-0,50 то *5,83-5,38* баллов	0,49-0,30 то *5,33-4,38* баллов	0,29-0,1 то *4,33-3,38* баллов	<0,1 то *3,33 и менее баллов* 0,71-1,0 то *3,33 и менее баллов*
	4. Коэффициент маневренности собственного капитала (Км)		0,5 (нормально 0,1 и выше; если больше 1, то финансирование внеоборотных и частично оборотных активов возможно за счет СК)	За каждые 0,01 пункта снимается 0,05 балла	0,5-1,0 то *6,37-3,87 баллов.* ≥ 1,0 *6,38 баллов*	0,59-0,50 то *3,82-3,37 баллов*	0,49-0,30 то *3,32-2,37 баллов*	0,29-0,1 то *2,32-1,37 баллов*	<0,1 то *1,32 и менее баллов*

	5. Индекс постоянного актива (Кпа)	0,5-0,8	За каждые 0,01 пункта снимается 0,04 балла	0,5-0,8 то *6,38-5,18 баллов*	0,5-1,0 то *5,14-3,14 баллов* ≥ 1,0 то *5,14-3,14 баллов*	0,49-0,30 то *3,1-2,34 баллов*	0,29-0,1 то *2,3-1,54 баллов*	<0,1 то *1,5 и менее баллов*
	6. Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственным оборотным капиталом (Кс)	≥0,1	За каждые 0,01 пункта снимается 0,05 балла	0,5-1,0 то *6,38-3,88 баллов.* ≥ 1,0 то *6,38-3,88 баллов*	0,49-0,30 то *3,83-2,88 баллов*	0,29-0,20 то *2,83-2,38 баллов*	0,19-0,1 то *2,33-1,88 баллов*	<0,1 то *1,83 и менее баллов*
	7. Коэффициент соотношения заемного и собственного капитала (финансовой активности) (Кз/с)	0,5-0,7 (но <1)	За каждые 0,01 пункта снимается 0,1 балла	0,5-0,7 то *6,38-4,38 баллов*	0,71-0,79 то *4,28-3,48 баллов*	0,80-0,89 то *3,38-2,48 баллов*	0,90-1,0 то *2,38-1,38 баллов*	>1,0 то *1,28 и менее баллов*
	8. Коэффициент капитализации (инвестирования) (Кк)	≤1, в экономически развитых странах ≤1,5	За каждые 0,01 пункта снимается 0,05 балла	0,1-0,29 то *6,38-5,43баллов*	0,30-0,59 то *5,38-3,93баллов*	0,60-0,79 то *3,88-2,93баллов*	0,80-1,0 то *2,88-1,88баллов*	>1,0 то *1,83 и менее баллов*
	9. Коэффициент прогноза банкротства (Кпб)	>0 чем выше, тем ниже вероятность банкротства	За каждые 0,01 пункта снимается 0,05 балла	1,0-0,70 то *6,38-4,88 баллов*	0,69-0,50 то *4,83-3,88 баллов*	0,49-0,30 то *3,83-2,88 баллов*	0,29-0,10 то *2,83-1,88 баллов*	<0,1 то *1,83 и менее баллов*
Маркетинговая	1. Коэффициент изменения объема реализации (Кор)	≥1	За каждые 0,01 пункта снимается 0,07 балла	Если коэффициент входит в диапазон ≥1 то *8,125 баллов*	1,0-0,70 то *8,055-5,955 баллов*	0,69-0,40 то *5,885-3,855 баллов*	0,39-0,10 то *3,785-1,755 баллов*	<0,1 то *1,685 и менее баллов*
	2. Удельный вес компании на рынке товаров и услуг (Удвес)	**0,13 (32,5 баллов)** 4 показателя (8,125 баллов на каждый)	≥1 (Если доля рынка увеличивается, то предприятие опережает конкурентов, если уменьшается, то предприятие по сравнению с конкурентами работает хуже и уровень его маркетинговой устойчивости снижается)	За каждые 0,01 пункта снимается 0,07 балла	Если коэффициент входит в диапазон ≥1 то *8,125 баллов*	1,0-0,70 то *8,055-5,955 баллов*	0,69-0,40 то *5,885-3,855 баллов*	0,39-0,10 то *3,785-1,755 баллов*	<0,1 то *1,685 и менее баллов*
	3. Коэффициент затрат на маркетинг (Кзм)		0,05-0,1 не больше	За каждые 0,01 пункта снимается 0,1 балла	менее ≤0,05 то *8,125 баллов*	0,05-0,1 то *8,025-7,525 баллов*	0,11-0,30 то *7,425-5,525 баллов*	0,31-0,50 то *5,425-3,525 баллов*	>0,5 то *3,425 и менее баллов*

	4. Объем товарооборота (количество оборотов, совершаемых товарными запасами (От))			За каждые 0,01 пункта снимается 0,003 балла	30,0-27,0 то *8,125-7,225 баллов*	26,9-23,0 то *7,222-7,052 баллов*	22,9-19,0 то *7,049-5,879 баллов*	18,9-10,0 то *5,876-3,206 баллов*	<10,0 то *3,203 и менее баллов*
Производственная	1. Коэффициент производственной устойчивости (Куу)	**0,16 (40 баллов)** 3 показателя (13,3 баллов на каждый)	Должен стремиться к 1, чтобы быстрее достичь погашения затрат	За каждые 0,01 пункта снимается 0,1 балла	Если коэффициент входит в диапазон 1,0 то *13,3 баллов*	0,9-0,70 то *13,2-11,2 баллов*	0,69-0,40 то *11,1-8,2 баллов*	0,39-0,20 то *8,1-6,2 баллов*	<0,20 то *6,1 и менее баллов*
	2. Среднегодовая производственная мощность экономического субъекта (ПМ)		≥0,05	За каждые 0,01 пункта снимается 1,5 балла	≥0,05 то *13,3 баллов*	0,049-0,030 то *11,8-8,95 баллов*	0,029-0,020 то *7,45-6,1 баллов*	0,019-0,010 то *4,6-3,25 баллов*	<0,010 то *1,75 и менее баллов*
	3. Рентабельность производства (Рп)		>0	Для высокомаржинальных организаций:					
				За каждые 0,01 пункта снимается 1,5 балла	≥0,055 то *13,3 баллов*	0,054-0,040 то *11,8-9,7 баллов*	0,039-0,020 то *8,2-5,35 баллов*	0,019-0,010 то *3,85-2,5 баллов*	<0,010 то *1 и менее баллов*
				Для низкомаржинальных организаций					
				За каждые 0,01 пункта снимается 1,5 балла	≥0,034 то *13,3 баллов*	0,033-0,020 то *11,8-9,85 баллов*	0,019-0,010 то *8,35-7 баллов*	0,009-0,005 то *5,5-4,9 баллов*	<0,005 то *3,4 и менее баллов*
Технологическая устойчивость	1. Коэффициент годности оборудования (Кгодн)	**0,17 (42,5 баллов)** 3 показателя (14,16 баллов на каждый)		За каждые 0,01 пункта снимается 0,1 балла	≥0,5 то *14,16 баллов*	1,0-0,5 то *14,06-9,06 баллов*	0,5-0,4 то *8,96-7,96 баллов*	0,39-0,20 то *7,86-5,96 баллов*	<0,020 то *5,86 и менее баллов*
	2. Коэффициент обновления (Кобн)			За каждые 0,01 пункта снимается 0,1 балла	Если коэффициент входит в диапазон ≤1 то *14,16 баллов*	1,0-0,8 то *14,06-12,06 баллов*	0,79-0,60 то *11,96-10,06 баллов*	0,59-0,40 то *9,96-8,06 баллов*	<0,40 то *7,96 и менее баллов*
	3. Коэффициент прироста основных средств предприятия (Кпр)			За каждые 0,01 пункта снимается 0,1 балла	≥0,5 то *14,16 баллов*	1,0-0,5 то *14,06-9,06 баллов*	0,49-0,4 то *8,96-8,06 баллов*	0,39-0,20 то *7,96-6,06 баллов*	<0,20 то *5,96 и менее баллов*

Организационная устойчивость	1. Коэффициент эффективности организации управления (Коу)	**0,11 (27,5 баллов)** 2 показателя (13,75 баллов на каждый)	Должен стремиться к 1. 1 значит нет затрат и нет численности работников управления и тем выше фондовооруженность и фондоотдача	За каждые 0,01 пункта снимается 0,1 балла	0,9-0,7 то *13,75 баллов*	0,69-0,40 то *13,65-10,75 баллов*	0,39-0,20 то *10,65-8,75 баллов*	0,19-0,10 то *8,65-7,75 баллов*	<0,10 то *7,65 и менее баллов*
	2. Коэффициент экономичности организационной структуры (Кэос)		0 Чем ниже данный показатель, тем более экономична организационная структура предприятия	За каждые 0,01 пункта снимается 1,5 балла	0,0-0,03 то *13,75 баллов*	0,031-0,04 то *12,25-10,9 баллов*	0,041-0,050 то *9,4-8,05 баллов*	0,051-0,060 то *6,55-5,2 баллов*	>0,060 то *3,7 и менее баллов*
Инвестиционная устойчивость	1. Коэффициент инвестиционной активности (Киа)	**0,2 (50 баллов)** 4 показателя (12,5 баллов на каждый)	>0 Нет нормального ограничения. Чем он выше, тем более активно предприятие занимается инвестированием	За каждые 0,01 пункта снимается 0,1 балла	1,0-0,8 то *12,5 баллов*	0,79-0,60 то *12,4-10,5 баллов*	0,59-0,40 то *10,4-8,5 баллов*	0,39-0,20 то *8,4-6,5 баллов*	<0,20 то *6,4 и менее баллов*
	2. Коэффициент инвестиций в основной капитал (Киок)		>0 Чем ниже, тем более эффективны инвестиционные вложения в собственный капитал	За каждые 0,01 пункта снимается 1,5 балла	≤0,01 то *12,5 баллов*	0,011-0,020 то *11-9,65 баллов*	0,021-0,030 то *8,15-6,8 баллов*	0,031-0,040 то *5,3-3,95 баллов*	>0,040 то *2,45 и менее баллов*
	3. Коэффициент инвестиций в научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (КиНИОКР)		>0 Нет нормального ограничения. Чем он выше, тем более активно предприятие занимается научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими разработками	За каждые 0,01 пункта снимается 0,2 балла	≥0,5 то *12,5 баллов*	0,49-0,30 то *12,3-8,5 баллов*	0,29-0,20 то *8,3-6,5 баллов*	0,19-0,10 то *6,3-4,5 баллов*	<0,10 то *4,3 и менее баллов*
	4. Коэффициент финансовых инвестиций (Кфи)		>0 Чем ниже, тем более эффективны финансовые вложения предприятия	За каждые 0,01 пункта снимается 1,5 балла	≤0,01 то *12,5 баллов*	0,011-0,020 то *11-9,65 баллов*	0,021-0,030 то *8,15-6,8 баллов*	0,031-0,040 то *5,3-3,95 баллов*	>0,040 то *2,45 и менее баллов*

В настоящей методике учитываются нормальные ограничения для показателей. При осуществлении исследования по каждому анализируемому показателю экспертным путем определены условия для снижения критерия оценки исследуемой организации. На их основе нами были выделены границы классов устойчивости развития, в соответствии с рассчитанными критериями. Наиболее оптимальные результаты по показателям относятся к первому классу устойчивости развития. Ко второму, третьему и четвертому классам устойчивости развития относят значения показателей, входящие в диапазон нормальных ограничений. Если же рассчитанные показатели не соответствуют нормативным ограничениям, им присваивается последний, пятый класс устойчивости развития.

Комплекс рассчитанных значений показателей, распределенных по классам, которым присваивается конкретное число баллов, позволяет получить итоговое совокупное число баллов, позволяющее присвоить конкретный класс устойчивости развития исследуемой организации. В дальнейшем, на основе проведенных исследований всех составляющих устойчивого развития, включая социальный, экологический, институциональный и информационный аспекты, осуществляется выделение пять классов организаций, в соответствии с критериями оценки и анализа достигнутого уровня устойчивого развития. Формирование определенных классов организации, в зависимости от исчисляемых показателей финансового состояния, позволяет определять с высокой долей вероятности тенденции их развития, а также возможности для контрагентов осуществлять деятельность в партнерстве с указанными субъектами хозяйствования.

Анализ показателей деятельности компаний проводится с применением показателей, исчисляемых в динамике за ряд лет, в целях определения тенденций их изменения. При наличии отклонений от нормативных значений рассчитанные величины следует рассматривать как ухудшение состояния исследуемой организации. В практике анализа тенденций существует несколько состояний экономических субъектов, исходя из итогов вычислений, проведенных в соответствии с авторской методикой определения уровня устойчивого развития экономических субъектов.

Выводы

Раскрыта разработанная авторская методика классификации уровня устойчивого развития исследуемого хозяйствующего субъекта, на основе интегрального критерия. Указанная методика изложена в рамках экономической составляющей устойчивого развития. В следующей статье нами будет изложено дополнение к представленной разработанной авторской методике, учитывающей помимо экономической устойчивости (раскрытой в данной статье) исследование остальных четырех аспектов устойчивого развития (социальной, экологической институциональной и информационной). В рамках экономической составляющей устойчивого развития в статье с помощью экспертного метода были присвоены весовые значения группам показателей устойчивости развития, а также определены весовые значения показателей устойчивого развития. Исходя из принятых условий для снижения критерия оценки исследуемой организации, был определен уровень устойчивого развития экономических субъектов и раскрыты выделяемые пять классов устойчивости развития, в соответствии с рассчитанными критериями.

Библиографический список

1. *Науменко, Е. Е.* Проблемы управления устойчивым развитием предприятия в современной экономике // Микроэкономика. — 2008. — № 8. — С. 15–27.

2. *Высочина, М. В., Сулыма, А. И.* Развитие методического подхода к оценке устойчивого развитие интегри-

рованных бизнес-структур // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. — 2020. — № 1 (50). — С. 150–15.

Bibliographic list

1. *Naumenko, E. E.* Problems of managing the sustainable development of an enterprise in modern economy // Microeconomics. — 2008. — № 8. — P. 15–27.

2. *Vysochina, M. V., Sulyma, A. I.* Development of methodological approach to assessing the sustainable development of integrated business structures // Scientific Bulletin: Finance, Banks, Investments. — 2020. — № 1 (50). — P. 150–15.

Т. Е. Евтодиева

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ЦИФРОВОЙ ПАРАДИГМЕ

Аннотация

Трансформация экономических отношений в цифровое поле вносит определенные коррективы в систему логистического менеджмента. Основным источником долгосрочного экономического роста становятся интеллектуальные технологии, позволяющие, объективно повысить прозрачность управленческих решений; технологии ресурсосбережения, способствующие повышению эффективности функционирования предприятия, а также социально ориентированное развитие рыночных участников. Не исключением является и логистическая сфера. В связи с этим актуальным является рассмотрения проблемы адаптации участников экономической деятельности, реализующих логистические функции, к современным условиям экономической действительности в контексте применения новых подходов в системе логистического управления. В статье отражены результаты исследования формирования инструментов логистического менеджмента в условиях формирования цифровой экономики, определены контуры управленческих решений в цифровом полу. Представлено авторское понимание целевой ориентации и решаемых задач в области логистического менеджмента и определены основные управленческие решения в современной логистике.

Ключевые слова

Логистика, логистический менеджмент, интеллектуальные технологии, цифровая экономика, устойчивое развитие.

T. E. Evtodieva

LOGISTICS MANAGEMENT IN DIGITAL PARADIGM

Annotation

Transformation of economic relations into digital field makes certain adjustments to the logistics management system. The main source of long-term economic growth is intellectual technologies that allow objectively increasing the transparency of management decisions; resource-saving technologies that contribute to improving the efficiency of enterprise, as well as socially-oriented development of market participants. Logistics sector is no exception. In this regard, it is relevant to consider the problem of adaptation of economic activity participants implementing logistics functions to modern conditions of economic reality in context of application of new approaches in logistics management system. Article reflects the results of study of formation of logistics management tools in conditions of formation of digital econo-

my, defines the contours of management decisions in digital world. The author's understanding of target orientation and tasks to be solved in the field of logistics management is presented and the main management solutions in modern logistics are identified.

Keywords

Logistics, logistics management, intelligent technologies, digital economy, sustainable development.

Введение

Система логистического управления является адаптивной системой, реагирующей на любые трансформации в экономике. Сегодня активно обсуждается проблема перехода российской экономики к новому технологическому укладу. Многие специалисты и практики отмечают заметное отставание России от европейских стран и США в плане формирования технологического уклада. В работе [11] отмечается десятилетнее отставание нашей страны и доминирование только четвертого технологического уклада. В исследованиях, проведенных НИУ ВШЭ, по показателям цифровизации бизнеса Россия также имеет заметное отставание от передовых стран по таким критериям оценки как применение инструментов электронной коммерции, облачных сервисов, RFID-технологий, ERP-систем, широкополосного Интернета. Степень распространения отмеченных технологий заметно отдаляет Россию от стран-лидеров, индекс которых составляет Финляндия — 50, Бельгия — 47, Дания — 46, Республика Корея — 45 (для сравнения, Россия — 28 пунктов) [17, с. 10]. Государство посредством нормативно-правового регулирования, грантовой поддержки, разработки национальных программ и проектов к 2024 г. намерено осуществить комплексную цифровую трансформацию всех сфер экономической и общественной жизни и активизирует использование в деятельности предприятий интеллектуальных и информационно-программных технологий.

Цифровая трансформация экономической системы должна повысить «прозрачность» реализации бизнес-операций; обеспечить равные возможности всем субъектам бизнеса; свести к минимуму влияние человеческого фактора и межличностных отношений при проведении бизнес-операций; позволить реализовать принцип «ноль дефектов» в производственной и обслуживающей системе предприятия.

Цифровизация имеет и много спорных моментов, формирующих негативное восприятие этого процесса. Е. К. Карпунина [6] отмечает, что «отрицательный эффект проникновения информационно-коммуникационных технологий в сферу отношений, существовавших и развивавшихся в «доцифровую» эпоху, проявляется в виде отмирания целых сегментов рынка или росте безработицы». И. А. Митченко делает акцент на порождение бездуховных технологий, не способствующие нравственному развитию личности; потере коммуникационных навыков; деградацию кадровых возможностей; повышения информационной опасности; ограниченность суверенных прав человека и территорий [10].

Наличие противоречивых мнений относительно влияния цифровизации на экономическую и общественную деятельность позволяет констатировать, что проблема цифровой трансформации общества до сих пор остается малоизученной, что формирует научное поле для исследования механизмов, способов, методов управления, а также формирования адаптационного алгоритма к изменяющейся рыночной среде.

«Цифровая экономика порождает принципиально новые технологические и организационно-управленческие вызовы» [13, с. 8] во всех сферах экономи-

ческой деятельности. Не исключением является и логистическая деятельность, обеспечивающая доступность товаров и услуг потенциальным потребителям за счет рационально сформированной системы товародвижения и эффективного управления цепями поставок.

Цель статьи заключается в определении специфики управления логистикой в условиях цифрового общества, определения контура управленческих решений, что позволит развить теоретические аспекты цифровой логистики.

Материалы и методы

В процессе анализа инструментов логистического менеджмента в цифровой парадигме и их применения использовались качественные методы научных исследований, позволяющих провести всестороннее исследование. Основой для формирования теоретических положений являются труды российских и зарубежных ученых, рассматривающих управленческие аспекты логистики в условиях современных экономических отношений. В целях осмысления научного массива данных применялись методы обобщения, систематизации и сравнительного анализа.

Результаты и обсуждения

«Цифровая экономика представляет собой трансформацию производительных сил общества и переход производственных отношений на новый качественный уровень» [1, с. 14], формирование которой еще в 1994 г. обосновал Дон Тапскотт, выделив характерные особенности новой экономики и определив ее влияние на разные аспекты жизни общества. Несмотря на отсутствие единой трактовки категории «цифровая экономика», исследование работ, направленных на изучение отмеченной дефиниции позволяет рассматривать цифровую экономику как «сферу экономической деятельности, основанную на физических и информационных активах предприятия, разработанных, произведенных и реализованных посредством инновационных технологий и информационных сервисов» [2, с. 158]. Перспективные инновационные (цифровые) технологии отличают:

– высокая интеллектуальная составляющая;

– глобальность применения;

– мгновенная реакция на текущие события;

– отсутствие влияния человеческого фактора в процессе совершаемых действий;

– сетевой принцип взаимодействия между субъектами отношений;

– тотальная коммуникативность.

Для цифровых технологий характерна универсальность, что позволяет охватывать все стадии воспроизводственного процесса, и применять их в сочетании с традиционными технологиями.

Являясь связующим элементом между сферой производства и обращения, логистика развивается поступательно и оперативно реагирует на любые изменения в области цифровых инноваций. На начальных этапах нового технологического уклада «применение цифровых инноваций в логистике сводились к автоматизации существующих технологий и бизнес-процессов» [3]. Уже сегодня становится очевидным, что логистические предприятия и участники цепей поставок активно начинают осваивать современные инновационные технологии организации бизнеса и управления взаимоотношениями. Все решения, принимаемые в сфере логистики, сводятся к минимальному временному исполнению. Многие рутинные функции автоматизируются. Компании начинают активно применять инструменты планирования и прогнозирования. Однако и этих действий становится недостаточно и предприятия должны четко понимать перспективные инструменты и технологии управления, позволяющие обеспечить устойчивое развитие, являющееся целевым ориентиром в рамках цифровой парадигмы.

В контексте проводимого исследования под устойчивым развитием

предприятия будем понимать направленное наращивание потенциала в соответствии с рыночными требованиями и с учетом возможностей предприятия в динамичных условиях рынка. Согласимся с мнением М. Н. Нечепуренко, изложенным в работе [9], что «предприятие обладает долгосрочной устойчивостью, если темпы развития предприятия соответствуют темпам развития рынка» [9, с. 28]. Сегодня темпы развития задаются цифровыми технологиями, которые имеют дуальную сущность, проявляющуюся в том, что с одной стороны отмеченные технологии формируют условия устойчивого развития, с другой стороны, позволяют использовать потенциал предприятия (ресурсный, кадровый, организационный, рыночный) для достижения конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе. Так, в исследованиях, проведенных Global Center for Digital Business Transformation отмечается, что «в ближайшие пять лет цифровая революция вытеснит с рынка 40 % компаний, которые сейчас занимают лидирующее положение в отрасли, если они не подвергнутся цифровой трансформации» [14, с. 25]. Помимо этого «цифровые технологии играют решающую роль в достижении долгосрочного баланса между техносферой и природной средой, которая необходима для устойчивого развития» [12, с. 42]. Это обеспечивает интегративное единство внутренней и внешней среды предприятия через призму триады «экономика – экология – общество», что позволяет выделить экономическую, экологическую и социальную компоненты устойчивости предприятия [9, с. 29].

В целях обеспечения всех компонент устойчивости необходимо пересмотреть управленческие аспекты логистической деятельности. Традиционно управленческие функции в рамках управления потоковыми процессами реализует логистический менеджмент, осуществляющих планирование, организацию, контроль, учет, анализ, регулирование и координацию процесса движения материальных потоков [8, с. 5]. В условиях формирования цифровой парадигмы, порождающей принципиально новые технологические и организационно-управленческие вызовы [13] целесообразно говорить о новых подходах к логистическому управлению в трансформирующейся среде, в которой реализуются логистические операции.

Логистический менеджмент в цифровой экономике (цифровой логистический менеджмент) — это процессно-ориентированная система управления, основанная на применении современных интеллектуальных технологий для формирования стратегического развития предприятия посредством планирования, организации, контроля и регулирования процесса рыночных перемещений материальных и сопутствующих потоков с учетом явных и неявных факторов, влияющих на степень достижения целей.

Целевой ориентацией логистического менеджмента в цифровом поле должно стать обеспечение эффективности и конкурентоспособности логистической системы посредством учета экологических, экономических, социальных аспектов развития с применением интеллектуальных технологий, позволяющих гибко и адаптивно подстраиваться под рыночные тренды.

В связи с этим в логистическом менеджменте можно выделить такие контуры управления, как:

– экономическое управление, целью которого является преобразование затрат предприятия в результаты;

– экологическое управление, обеспечивающее достижение целей логистической системы в области экологической политики;

– социальное управление, целью которого является обеспечение условий для развития человеческого капитал посредством создания условий для самореализации.

Остановимся на двух последних составляющих логистического менедж-

мента более подробно ввиду недостаточной изученности применительно к сфере логистики.

Экологическое управление предполагает сведение к минимуму потребления энергии и ресурсов, выбросов в атмосферу и образования твердых и жидких отходов и популяризирует использование экологически безвредных возобновляемых источников энергии, взамен традиционных угля, нефти и газа.

Для того чтобы снизить влияние антропогенного фактора на экологическое состояние окружающей среды следует активизировать деятельность по внедрению в практику логистических технологий, позволяющих обеспечить снижение расстояния перемещения транспортных средств, топлива, выбросов углекислого газа в атмосферу; применять экологические зеленые транспортные средства [7, с. 116]. Предпочтение следует отдавать заключению контрактов с теми контрагентами, которые готовы к совместному внедрению и осуществлению экологических практик в рамках цепи поставок и имеют сертификацию ISO 14000.

Ресурсоемкость при принятии управленческих решений в логистике проявляется в эффективности использования всех видов ресурсов необходимых для реализации логистических функций во всех видах деятельности [5].

Применение ресурсосберегающих технологий обеспечит снижении затрат на топливо, коммуницирование с клиентами и перевозчиками; сокращение транспортных перемещений; минимизацию потерь хранения, количество хищений и порчи складируемой продукции что позволит экономить материальные, временные и финансовые ресурсы в цепях поставок [4].

Безопасность в логистике обеспечивается невозможностью причинить вред или нанести ущерб в процессе производства или использования сырья, полуфабриката или готовой продукции во всех логистических звеньях посредством принятия осознанно ответственных управленческих решений относительно качественных параметров, социальных и экологических аспектов, связанных с производимой продукцией (услугой).

Реализация безопасных управленческих решений связана с тщательным отбором поставщиков, торговых, транспортных и инфраструктурных посредников. Так, например, компания «Леруа Мерлен, в системе выстраивания взаимоотношений с поставщиками определяет два уровня требований:

– обязательные (комплаенс-уровень), характеризующих соответствие поставщика обязательным требованиям;

– ожидаемые требования (уровень развития), определяющие критерии или показатели, к которым поставщик должен стремиться [15].

Аудит работы поставщики позволяет, полагаясь на методологию ICS, осуществить рейтинговую оценку деятельности поставщика и оценить степень его надежности в области обеспечения безопасности и устойчивости цепи поставок.

Социальная ответственность управленческих решений в цепях поставок проявляется в выстраивании честных, открытых, основанных на принятых в бизнес-среде этических нормах и правилах, отношениях, с участниками цепей поставок. «Социально ответственные практики и методы должны применяться на всех уровнях и этапах процесса цепочки поставок, от закупки сырья до доставки продукции покупателю» [16, с. 72].

Социально ответственные решения регламентируются стандартом SA 8000 (Social Accountability 8000), устанавливающим ряд критериев измерения социальной ответственности компаний, и стандартом ISO 26000, представляющий собой Руководство по социальной ответственности. В цепях поставок для каждой фокусной компании создается индивидуальный свод правил, учитывающий специфику продукта, отрасли и

рынков сбыта и производства на основе указанных стандартов.

Необходимость принятия социально ответственных решений объясняется следующим образом: зачастую, в стремлении удовлетворить рыночный спрос, компании пренебрегают соблюдением прав человека и трудовых стандартов, в большей степени ориентируясь на сокращение затрат на производство продукта и на максимизацию прибыли. Однако отношение потребителя к продукту, в настоящее время, формируется не только на основе его качества, стоимости и полезности, оно также определяется и общим имиджем фирмы-производителя, включающим в себя, в том числе, и ответственность бизнеса в отношении работников, партнеров, окружающей среды и общества в целом.

В связи с этим продвинутые компании социальную ответственность рассматривают через призму целей устойчивого развития и учитывают в процессе принятия управленческих решений права человека, трудовые отношения и антикоррупционные действия.

Выводы

Цифровая экономика вносит коррективы в правила ведения бизнеса. Для любой предпринимательской структуры в целях удержания рыночных позиций и развития деятельности необходимо пересматривать систему управления. Инновационные технологии, изменения в социально-экономической системе общества, эволюция потребительских требований и предпочтений, переход к сетевой системе организации бизнес-процессов и плоским структурам управления, пришедшим на смену иерархическим образованиям, а также и виртуализация коммуникации вносят изменения в систему классического менеджмента. В условиях постоянных трансформаций менеджмент должен быть реактивным, чтобы обеспечивать адаптацию организации к нестабильной рыночной среде. В современных экономических условиях любое управленческое решение должно учитывать последствия своих действий. В логистическом менеджменте в целях обеспечения устойчивого роста должен осуществляться учет экологического следа от совершения логистических операций, а так же определяться мера социальной ответственности перед всеми участниками бизнес-отношений. В связи с этим управленческие решения в сфере логистики должны обеспечивать:

1) с экологической точки зрения: снижение объема выбросов в атмосферу вредных веществ и количества твердых отходов; сведение к минимуму потребления токсичных и экологически грязных материалов; сокращение техногенных и экологических аварий; применение зеленых технологий в цепях поставок; показатели рентабельности капитала и доходности активов, доходности акций и отношении инвесторов к предприятию;

2) с экономической точки зрения: сокращения затрат на материальные и финансовые ресурсы, снижение штрафов за экологические правонарушения; повышение эффективности использования производственных и логистических мощностей; снижение брака; повышение ресурсоемкости и технологичности логистических операций; инновационное лидерство;

3) с организационной точки зрения: достижение согласованности действий участников логистической цепи в реализации инициатив посредством прозрачности и безопасности бизнес-операций; повышения уровня интеграции во взаимоотношениях с рыночными контрагентами;

4) с социальной точки зрения: снижение коррупционных механизмов в функционировании логистической системы, инклюзивности деятельности предприятия, повышение ответственности в отношении работников и партнеров, а также обществу в целом посредством снижения социальной напряженности и участия в социальных программах развития конкретных территорий.

Библиографический список

1. *Батов, Б. Х.* Методологические аспекты формирования цифровой экономики // Цифровая экономика. — 2020. — № 2 (4). — С. 11–17.

2. *Евтодиева, Т. Е.* К вопросу о применение цифровых технологий в логистике // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук: сб. науч. трудов III Междунар. конф. — Казань, 2019. — С. 156–162.

3. *Евтодиева, Т. Е.* Логистика 4.0 Технологические инициативы в достижении целей устойчивого развития : материалы междунар. науч.-практ. конф. XV Южно-Российский логистический форум. — Ростов-на-Дону : ИПК РГЭУ (РИНХ), 2019. — С. 28–32.

4. *Евтодиева, Т. Е.* Ресурсосберегающие технологии логистики в условиях цифрового общества // Актуальные проблемы экономики и управления : сб. статей Восьмой всерос. науч.-практ. конф. — Екатеринбург : Изд-во УГГУ, 2020. — С. 29–33.

5. *Жариков, В., Чайников, Н.* Социально ориентированная логистика: цели, задачи и экономическая эффективность [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://logists.by/library/logistics-publications/socialno-orientirovannaya-logistika.

6. *Карпунина, Е. К.* Парадигма устойчивого развития в цифровой экономики [Электронный ресурс] // Россия: тенденции и перспективы развития. — 2020. — № 15–1. — Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/paradigma-ustoychivogo-razvitiya-v-tsifrovoy-ekonomike.

7. *Капустина, Л. М.* Зеленые технологии в логистической деятельности // Известия УрГЭУ. — 2019. — № 2. — С. 114–121.

8. Контроллинг и управление логистическими рисками / Г. Г. Левкин, Н. Б. Куршакова. — М. : Берлин, 2015.

9. Мацнева, Е. А., Магарил, Е. Р. Устойчивое развитие промышленного предприятия // Вестник УрФУ. Экономика и управление. — 2012. — № 5. — С. 25–33.

10. *Митченко, И. А*. Цифровая экономика. Достоинства и недостатки, перспективы развития и практика применения // Инженерно-строительный вестник Прикаспия. — 2018. — № 1 (23). — С. 39–43.

11. *Овчинников, Г. К., Никольский, В. С.* Технологические уклады и «окно возможностей» для России вырваться из «сырьевой ловушки» // Общество, наука, образование. — 2016. — № 3. — С. 98–103.

12. *Перелет, Р. А.* Экологические аспекты цифровой экономики // Мир новой экономики. — 2018. — № 12 (4). — С. 39–45.

13. Развитие цифровой экономики как фактор повышения уровня экономической безопасности страны : моногр. / под ред. А. К. Моденова. — СПб., 2020.

14. *Стрелкова, И. А.* Цифровая экономика: новые возможности и угрозы для развития мирового хозяйства // Экономика, налоги, право. — 2018. — № 2. — С. 18–26.

15. *Тубелис, Ю. А.* Социально ответственное ведение бизнеса в цепях поставок // Экономические науки. — 2019. — № 5 (174). — С. 70–74.

16. Устойчивая цепочка поставок: взгляд 360 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://seanews.ru/2020/12/17/ru-ustojchivaja-cepochka-postavok-vzgljad-360.

17. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение : докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества / науч. ред. Л. М. Гохберг. — М. : Изд. дом ВШЭ, 2019.

18. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* The logistics creation of ecological efficiency for Russian economic under COVID-19 // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. — Krasnoyarsk, 2021. — P. 2754–2759.

Bibliographic list

1. *Batov, B. H.* Methodological aspects of formation of digital economy // Digital economy. — 2020. — № 2 (4). — P. 11–17.

2. *Evtodieva, T. E.* On the use of digital technologies in logistics // Actual problems of humanities and natural sciences : collection of scientific papers of III International conference. — Kazan, 2019. — P. 156–162.

3. *Evtodieva, T. E.* Logistics 4.0 technological initiatives in achieving sustainable development goals : materials of international scient.-pract. conf. XV South Russian Logistics Forum. — Rostov-on-Don : PPC of RSEU (RINH), 2019. — P. 28–32.

4. *Evtodieva, T. E.* Resource-saving logistics technologies in digital society // Actual problems of economics and management : collection of articles of Eighth All-Russian scient.-pract. conf. with international participation. — Yekaterinburg : Publishing House of UGSU, 2020. — P. 29–33.

5. *Zharikov, V., Chaynikov, N.* Socially oriented logistics: goals, objectives and economic efficiency [Electronic resource]. — Mode of access: https:// logists.by/library/logistics-publications/ socialno-orientirovannaya-logistika.

6. *Karpunina, E. K.* Paradigm of sustainable development in digital economy [Electronic resource] // Russia: trends and prospects of development. — 2020. — № 15–1. — Mode of access: https:// cyberleninka.ru/article/n/paradigma-ustoychi vogo-razvitiya-v-tsifrovoy-ekonomike.

7. *Kapustina, L. M.* Green technologies in logistics activities // USUE News. — 2019. — № 2. — P. 114–121.

8. Controlling and logistics risk management / G. G. Levkin, N. B. Kurshakova. — M. : Berlin, 2015.

9. *Matsneva, E. A., Magaril, E. R.* Sustainable development of industrial enterprise // Bulletin of UrFU. Economics and Management. — 2012. — № 5. — P. 25–33.

10. *Mitchenko, I. A.* Digital economy. Advantages and disadvantages, development prospects and application practice // Engineering and Construction Bulletin of Caspian Region. — 2018. — № 1 (23). — P. 39–43.

11. *Ovchinnikov, G. K., Nikolsky, V. S.* Technological patterns and a window of opportunity for Russia to break out of the raw material trap // Society, science, education. — 2016. — № 3. — P. 98–103.

12. *Flight, R. A.* Ecological aspects of digital economy // World of New Economy. — 2018. — № 12 (4). — P. 39–45.

13. Development of digital economy as a factor in increasing the level of economic security of country : monograph / ed. by A. K. Modenov. — SPb., 2020.

14. *Strelkova, I. A.* Digital economy: new opportunities and threats for development of world economy // Economics, taxes, law. — 2018. — № 2. — P. 18–26.

15. *Tubelis, Yu. A.* Socially responsible business conduct in supply chains // Economic sciences. — 2019. — № 5 (174). — P. 70–74.

16. Sustainable supply chain: 360-degree view [Electronic resource]. — Mode of access: https://seanews.ru/2020/ 12/17/ru-ustojchivaja-cepochka-postavok-vzgljad-360.

17. What is the digital economy? Trends, competencies, measurement : materials of XX Apr. International scient. conf. on problems of economic and social development / scient. ed. by L. M. Gokhberg. — M. : Publishing house of Higher School of Economics, 2019.

18. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* The logistics creation of ecological efficiency for Russian economic under COVID-19 // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. — Krasnoyarsk, 2021. — P. 2754–2759.

В. В. Журбина

СОВМЕСТНОЕ СОЗДАНИЕ ЦЕННОСТИ В ЦЕПИ ПОСТАВОК: ПАРТНЕРСТВО И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Аннотация

В статье исследована теория и практика применения подхода совместного создания ценности в логистической деятельности отдельных регионов России. Проанализировано взаимодействие логистических компаний с региональными органами власти, другими бизнес-структурами, научными и образовательными центрами в рамках сетеобразной экосистемы. Показано, что требуются не только согласованные действия, но и партнерство, доверие, конструктивное взаимодействие всех участников логистических систем поставок. Согласование действий и интересов партнеров особо востребовано в условиях усложнения логистических организационных форм и интеллектуализации систем поставок. И тут на помощь приходит симбиоз подхода совместного создания ценности и экосистемности. Суть его состоит в формировании сети организаций, объединенных в рамках единой цифровой платформы, использующих ее сервисы и услуги для взаимодействия друг с другом и с клиентами с целью совместного создания ценности. В мировой практике уже известны крупнейшие экосистемы: американские — Google, Amazon, Facebook, китайские — Tencent и Alibaba.

Ключевые слова

Логистические услуги, партнерство, регион, совместное создание ценности, система поставок, цифровые платформы, экосистема.

V. V. Zhurbina

CO-CREATING VALUE IN SUPPLY CHAIN: PARTNERSHIPS AND INTERACTIONS

Annotation

Article examines the theory and practice of applying the approach of joint value creation in logistics activities of individual regions of Russia. Interaction of logistics companies with regional authorities, other business structures, scientific and educational centers within network-like ecosystem is analyzed. It is shown that not only concerted actions are required, but also partnership, trust, constructive interaction of all participants in logistics supply systems. Coordination of actions and interests of partners is especially in demand in context of complication of logistic organizational forms and intellectualization of supply systems. This is where the symbiosis of value sharing and ecosystems comes to the rescue. Its essence lies in formation of network of organizations, united within single digital platform, using its services and services to interact with each other and with customers in order to create value together. In the world practice, the largest ecosystems are already known: American — Google, Amazon, Facebook, Chinese — Tencent and Alibaba.

Keywords

Logistics services, partnership, region, value co-creation, supply chain, digital platforms, ecosystem.

Введение

Распространение идей совместного создания ценности оказало заметное влияние на взаимосвязи продавцов, потребителей, менеджеров в различных отраслях и сферах деятельности [1]. Истоки концепции совместного создания ценности найдем в работах, направленных на изучение и улучшение бизнес-процессов на основе сотрудничества, партнерства и доверия (Жукова, 2018); в теории маркетинга взаимодействия [2].

Цель статьи состоит в развитии методологии совместного создания ценности на рынке логистических услуг региона в части расширения сферы взаимодействия логистических компаний; объединение их в совместной деятельности с региональными органами власти, бизнес-сообществом, научными и образовательными центрами в рамках экосистемы.

Происходящая в России цифровая трансформация логистической деятельности оказывает влияние на развитие логистического сектора экономики региона, вовлекая в совместное создание ценности всех заинтересованных хозяйствующих субъектов. Для логистических компаний вовлечение партнеров в совместное создание ценности приводит к размыванию границ между участниками системы поставок и формированию сетевой экосистемы. Логистические партнерства в регионе создаются в условиях кризиса и высокой степени неопределенности внешней среды. Это обостряет проблему выбора оптимальных управленческих решений, которые предстоит реализовать качественно с минимальными затратами и в установленные сроки. В таких условиях успешное функционирование логистических систем поставок невозможно без интегрированного коммуникационного подхода к согласованию интересов и действий всех участников системы. Логистические партнеры уже сейчас начинают осознавать необходимость повышения значимости доверия к совместной деятельности в цифровой среде.

На современном рынке логистических услуг региона уже сформировались предпосылки для вовлечения партнеров в совместное создание ценности. Они обусловлены усилением конкуренции, сокращением жизненного цикла товара (услуг), индивидуализацией потребностей клиентов и бурным развитием виртуальных логистических услуг [9]. Другой важный двигатель партнерства в логистической цепочке — просьюмер — профессиональный потребитель, стирающий разрыв между производителем и потребителем [4]. Феномен возрождения этого явления в двадцатые годы нынешнего столетия связан с появлением нового типа просьмеров неудовлетворенных массовым товарным предложением и отсутствием индивидуальности, которые на основе цифровых технологий создают инновационные проекты и сервисы.

Новый просьюмер влияет на ассортиментную политику производителя и сопутствующее обслуживание; он компетентный пользователь и профессиональный клиент. Именно влиянием просьюмеров обусловлено развитие клиентоориентированного подхода к проектированию логистической системы поставок.

Цифровая интеграция участников системы поставок происходит в соответствии с концепциями менеджмента: управления цепями поставок — SCM (Supply-chain management); управления отношениями с клиентами — CRM (Customer Relationship Management); управления цепями спроса — DCM (Demand Chain management). Подобная связка концепций менеджмента формирует клиентоориентированную цифровую матрицу коллаборации партнеров в системе поставок. Предпосылки для ее практического внедрения в логистический сектор экономики региона мы видим в согласованности действий стратегических участников системы поставок. Теоретический базис для этого сформирован в положениях маркетинга взаимодействия [2] и цифровой логистики [7].

Это не отдельные области научного знания, а взаимосвязанные концепции, способствующие повышению конкурентоспособности участников системы поставок на рынке, адаптации ее стратегий к изменениям внешней среды, минимизации риска при принятии инновационных решений.

При проектировании экосистемы совместного создания ценности в регионе и выработке стратегии ее развития необходимо разобраться в сути термина «цифровая экосистема». По своему содержанию цифровая экосистема есть некая метафора, которая предлагает рассматривать современные организации как смешанные сообщества и экосистемы, в которых взаимодействуют люди и цифровые агенты. Цифровая экосистема развивает тему расширения ноосферы и человеческих возможностей за счет построения информационных хранилищ и создания цифровых агентов-помощников. Именно в таком контексте мы будем рассматривать цифровую экосистему логистики, объединяющую виртуальный и реальный миры в некую гибридную систему [12].

Цифровую экосистему логистики можно представить и в более узком содержательном смысле, как совокупность программных устройств, технологий, IT-сервисов, в которой партнеры взаимодействуют в рамках единой цифровой инфраструктуры передачи, обработки и хранения данных [12]. В этом случае мы имеем дело с качественно новым уровнем использования информационно-телекоммуникационных технологий во всех функциональных областях логистики. То есть создание принципиально новых логистических систем цифрового типа требует адекватной цифровой инфраструктуры [10]. Об этом свидетельствует и опыт работы крупных экосистем, действующих в наше время. К таким экосистемам можно отнести: американские — Google, Facebook, Amazon, и китайские — Alibaba, Tencent и др.

По экспертным оценкам именно на подобные экосистемы в ближайшие 5–7 лет будет приходиться до 30 % выручки и около 40 % прибыли всех глобальных организаций в мире. Практика работы этих экосистем свидетельствует, что построение сверхсложных систем такого масштаба связано с объединением разных по природе и структуре межотраслевых и межрегиональных комплексов. В первую очередь речь идет об инфраструктуре, способной объединить, казалось бы, не объединяемые отрасли и сферы деятельности [12].

Анализ функционирующих ныне экосистем, свидетельствует о том, что большинство из них в своей деятельности базируется на особом, ключевом сервисе, доступном их широкой клиентской базе. Например, Uber — объединяет в своем сервисе водителей и клиентов; Facebook — пользователей социальной сети, Google — опирается на поисковые технологии, Airbnb — создал сервис для взаимодействия арендодателей и арендаторов в сфере недвижимости [10].

Материалы и методы

В процессе исследования разных подходов к применению идей совместного создания ценности на рынке логистических услуг региона использовался научный арсенал экономической теории, менеджмента, интегрированная логистическая концепция и клиентоориентированная парадигма маркетинга, базовые положения принципы и методы цифровой логистики. Для раскрытия проблемы совместного создания ценности на рынке логистических услуг региона мы обращались к междисциплинарному знанию, позволяющему пролить свет на решение поставленных исследовательских задач.

Полученные исследовательские выводы и представления о сущности экосистемы совместного создания ценности в логистическом секторе экономики региона сформированы на основе совокупного знания об изучаемой про-

блеме. Вышеизложенное определило нашу научную позицию и ее теоретико-прикладное обоснование.

Обсуждение

Совместное создание ценности в рамках логистической экосистемы региона выводит отношения партнеров (участников системы) на уровень доверия. Это свидетельство того, что партнерские отношения вступили на более высокую стадию развития, позволяющую участникам понимать сущность предстоящих перемен в социальной и хозяйственной жизни региона и общества, вызванных сочетанием кризиса с пандемией. Единство двух этих бедствий показало несовершенство не только экономики, но и социального устройства. Потребуется переход в новую область знания, выводящую на уровень сознания. В данном контексте значительными инструментами воздействия располагает маркетинг влияния. Его научно-практический арсенал формирует личностные отношения, подчиняя их определенным правилам. Системное применение маркетинга влияния обостряет его цифровая трансформация.

Ключевое слово в определениях понятия «цифровой маркетинг» — это клиентоориентированность, учитывающая интересы компании и общества. Клиентоориентированность является важным компонентом и в логистической практике проектирования систем поставок. Двуединство логистики и маркетинга позволяет участникам цепочки совместного создания ценности сосредоточить усилия на конечных результатах деятельности, на нуждах клиента.

В научном сообществе сложилось понимание необходимости интеграции маркетинга и логистики при решении вопросов совместного создания ценности [8]. Примером могут служить хорошо зарекомендовавшие себя модели управления цепями спроса. В данном случае потребитель доминирует в системе поставок, а взаимодействие и сотворчество участников направлено на удовлетворение его потребностей. Взаимодействие партнеров устраняет информационную асимметрию при осуществлении рыночных трансакций, обеспечивает потребителя безграничными информационными ресурсами, расширяя тем самым возможности его выбора.

Современная экономика региона и ее логистический сектор существенно изменились не только на фоне цифровых трансформаций бизнес-процессов, но и в результате социокультурного кризиса, пандемии коронавируса, потрясших весь мир. По оценкам экспертов, снижение деловой активности в результате такого бедствия способно замедлить рост мировой экономики на треть.

Реалии таковы, что в региональном и межрегиональном товарообмене многие логистические цепочки уже нарушены. Логистические компании пытаются минимизировать отрицательные последствия вынужденного простоя. Стало понятно, что без доверия торговых партнеров решить этот вопрос нельзя. Пандемия охватила практически все страны, и масштабы ее влияния на международные логистические цепи будут огромны. Хотя, транспортные логистические цепи функционируют, но очевидно и то, что их структура и конфигурация изменятся; произойдет перераспределение логистических потоков; появятся новые маршруты, новые поставщики, что приведет к удорожанию товаров. Пандемия коронавируса уже обнаружила необходимость пересмотра подходов к взаимодействию торговых партнеров и срочной адаптации систем поставок к цифровой среде.

Цифровые технологии позволяют адаптироваться участникам цепи поставок к условиям нового спроса и к новым реалиям. Внедряется система бесконтактной доставки товаров. Курьеры обеспечиваются масками и другими защитными средствами; происходит отказ от оплаты наличными деньгами. Расширили свою сферу деятельности разра-

ботчики новых программных продуктов и сервисов. Так, сервис «Яндекс-Еда» представлен теперь в 32 новых городах. Совместно с сетью аптек работает сервис доставки лекарств «Самокат» и др. Онлайн-продавцы расширяют спектр своих услуг клиентам. Например, сайт «СБЕРеги себя дома» рекламирует новые сервисы Сбербанка, доступные клиентам в изоляции.

Потребительские тренды свидетельствуют о повышенном интересе к интернет-торговле. Если раньше эксперты прогнозировали, что объемы онлайн-продаж превысят традиционную торговлю к 2036 г., то в реальности этот момент может наступить значительно раньше. Покупки в формате онлайн протестировали те клиенты, которые раньше их никогда не совершали; скорее всего, и в посткризисном периоде они сохранят свою лояльность к цифровым покупкам. Набирает силу роботизация торговли. В условиях пандемии роботам безопаснее, чем людям собирать и доставлять товары. Роботы способны быстрее и дольше работать, выполнить больший объем работ и тем самым оптимизировать расходы. Современный объем мирового рынка промышленной робототехники составляет около 20 млрд долларов. Эксперты считают, что в посткризисной ситуации инвестиции в роботизацию логистических процессов сохранятся.

По прогнозным оценкам к 2030 г. большая часть всех профессий будет автоматизирована (60 %). Базовой инфраструктурой для организации работы и осуществления жизненных коммуникаций уже ныне становятся сервисы. Работа сотрудников компаний в дистанционном режиме придала дополнительный импульс для развития облачных технологий. Именно облачные технологии позволяют быстро внедрять новые управленческие решения, оперативно действовать в сложившейся ныне кризисной ситуации. Объем российского рынка облачных услуг приблизится к 2023 г., по мнению аналитиков, к одному миллиарду долларов.

Цифровые технологии становятся ключевым активом современных систем поставок. Они породили целый ряд супергигантов, работающих на принципах информационного превосходства: Apple, Google, Amazon, Alibaba, Facebook, Microsoft, Baidu, Tencent и др. Фактически эти компании обретают статус виртуальных посредников, захватывающих значительные доли мирового рынка. В результате конкурентные преимущества получают те системы поставок, которые имеют доступ к многомиллионной аудитории мобильных потребителей и поставщиков и оказывают влияние на конфигурацию информационных потоков.

Обзор подходов к пониманию идей совместного создания ценности [1, 3], показал, что их применение на рынке логистических услуг региона обусловлено «объединением в единое цифровое пространство «социальных» сетей, отраслевых, межведомственных и международных баз данных, формированием гигантских посреднических сетецентрических структур».

Коллаборации партнеров в логистической системе поставок формируется на основе их привлечения к решению инновационных задач на добровольных принципах субподряда и краудсорсинга. Поскольку распространение цифровых технологий сопровождается повышением прозрачности данных, то и равноправное их использование участниками цепочки сбыта становится данностью времени. Клиентам предоставляется возможность для сравнения качества продуктов, что сдвигает контрольные полномочия в сторону потребителей. Есть множество сайтов, позволяющих потребителю осуществлять сравнение потребительной стоимости товаров, цен, качества обслуживания и др. Например, компания «М. Видео» запустила функцию умный товарный поиск. Технология основана на машинном обучении и ана-

литике данных; она отслеживает запросы и предпочтения клиентов по категориям товаров и брендам. На этой основе происходит ранжирование, подготовка и выборка товаров наиболее соответствующих требованиям потребителей. В результате использования данной технологии количество посетителей сайта «М. Видео» увеличилось на 25 %, а объем их покупок составил более 30 % от всех онлайн-продаж компании. При этом конверсия поисковых сессий в покупки выросла на 15 %, что значительно выше среднего показателя по сайту.

С помощью информационной аналитики сайтов создаются условия для развития коллаборативных инноваций, когда инновации — результат взаимодействия партнеров, обмена новыми знаниями в процессе достижении общих целей. В качестве примера можно назвать «сотрудничество промышленного гиганта Siemens, который ежегодно инвестирует в научные исследования и разработки около 4 млрд долл., с Ayasdi — инновационной компанией, основанной в Стэнфордском университете в 2008 г. и занимающейся машинами с функциями самообучения. Это партнерство дает Siemens возможность работать с компанией, способной решать задачи генерации идей на основе работы с большим массивом данных, в то время как Ayasdi могут протестировать их топологический подход к анализу данных на основе реальной информации, расширяя при этом свое присутствие на рынке [11].

Партнерство создает условия доступа к глобальным цифровым платформам для проведения совместных исследований, развития, маркетинга, продаж и дистрибуции, которые позволяют повысить конкурентные преимущества за счет усовершенствования качества, гибкости, скорости и цены поставки. Повышается роль межфункционального взаимодействия коммерции, маркетинга и логистики [6].

Для повышения эффективности интеграции партнеров в системе поставок консолидируют «облачные приложения» и технологические платформы, связанные с определением необходимой численности торговых посредников в канале сбыта, выработкой ценовой и коммуникационной политики, сервисным обслуживанием потребителей [6].

Выводы

На основе результатов исследования можно заключить, что внедрение идей совместного создания ценности, наряду с эффектами на рынке логистических услуг, содействует также формированию цифровой инфраструктуры региона. Расширяется диапазон новшеств в рамках экосистемы совместного создания ценности: облачные технологии и искусственный интеллект, методы исследования нейронных сетей и обработки естественных языков. Некоторые технологии уже вышли за пределы традиционных алгоритмов и способны создавать системы, которые могут понимать, обучаться, прогнозировать, адаптироваться к изменяющейся среде, и потенциально готовы функционировать автономно [6]. Такие цифровые инновации ведут к изменению петли положительной обратной связи между участниками системы поставок. С одной стороны, «происходит консолидация цифровых компетенций: роботизации, автоматизации, углубленной аналитики, программного обеспечения информационно-технологической инфраструктуры и др. [6]», с другой стороны, целый ряд цифровых новшеств, включая применение искусственного интеллекта, методов исследования нейронных сетей и обработки естественных языков, сопровождается не только положительными, но и отрицательными эффектами.

Внедрение идей совместного создания ценности на рынке логистических услуг региона напрямую зависит от определения критической совместно используемой цифровой инфраструктуры; сформированной системы защиты и регламента процедур ее совместного использования.

Библиографический список

1. *Prahalad, C. K., Ramaswamy, V.* The Future of Competition. — Harvard Business School Press, 2004.

2. *Багиев, Г. Л.* Формирование концепции маркетинга пространственного взаимодействия // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». — 2015. — № 1. — Т. 9. — С. 146–152.

3. *Жукова, Т. Н.* Вовлечение потребителей в цепочку создания ценности как инструмент управления инновационными процессами на предприятии // Экономика и управление народным хозяйством. — 2018. — № 3. — С. 40–45.

4. *Toffler, A.* The Third Wave. — USA : Bantam Books, 1980.

5. Хау, Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. — М., 2012.

6. *Афанасенко, И. Д., Борисова, В. В.* Цифровая логистика. — СПб., 2019.

7. *Афанасенко, И. Д, Борисова, В. В.* Междисциплинарность в логистическом знании // Известия СПбГЭУ. — 2017. — № 3 (105). — С. 12–16.

8. *Payne, A., Storbacka, K., Frow, P.* Managing the co-creation of value // Journal of Academy of Marketing Science. — 2008. — № 1. — Vol. 36. — P. 83–96.

9. *Borisova, V. V., Tasueva, T. S., Rakhimova, B. K.* The 21st century from positions of modern science: intellectual, digital and innovative aspects state support for digital logistics [Electronic resource]. — P. 631–638. — Mode of access: https://link.springer.com.

10. *Борисова, В. В.* Формирование цифровой экосистемы логистики // Цифровая революция в логистике : материалы междунар. науч.-практ. конф. XIV Южно-Российский логистический форум. — Ростов н/Д, 2018. — С. 47–51.

11. *Шваб, К.* Четвертая промышленная революция. — М., 2017. — С. 47.

12. *Борисова, В. В.* Экосистема государственных закупок // Известия СПбГЭУ. — 2020. — № 2 (122). — С. 86–91.

Bibliographic list

1. *Prahalad, C. K., Ramaswamy, V.* The Future of Competition. — Harvard Business School Press, 2004.

2. *Bagiev, G. L.* Formation of concept of spatial interaction marketing // Bulletin of SUSU. Series «Economics and Management». — 2015. — № 1. — Vol. 9. — P. 146–152.

3. *Zhukova, T. N.* Involvement of consumers in value chain as a tool for managing innovative processes at enterprise // Economics and management of national economy. — 2018. — № 3. — P. 40–45.

4. *Toffler, A.* The Third Wave. — USA : Bantam Books, 1980.

5. *Howe, J.* Crowdsourcing. Collective intelligence as a tool for business development. — M., 2012.

6. *Afanasenko, I. D., Borisova, V. V.* Digital logistics. — SPb., 2019.

7. *Afanasenko, I. D., Borisova, V. V.* Interdisciplinarity in logistic knowledge // Izvestiya of SPbGEU. — 2017. — № 3 (105). — P. 12–16.

8. *Payne, A., Storbacka, K., Frow, P.* Managing the co-creation of value // Journal of Academy of Marketing Science. — 2008. — № 1. — Vol. 36. — P. 83–96.

9. *Borisova, V. V., Tasueva, T. S. Rakhimova, B. K.* The 21st century from positions of modern science: intellectual, digital and innovative aspects of state support for digital logistics [Electronic resource]. — P. 631–638. — Mode of access: https://link.springer.com.

10. *Borisova, V. V.* Formation of digital ecosystem logistics // Digital revolution in logistics : proceedings of international. scient.-pract. conf. XIV South-Russian logistics forum. — Rostov-on-Don, 2018. — P. 47–51.

11. *Shvab, K.* The Fourth Industrial Revolution. — M., 2017. — P. 47.

12. *Borisova, V. V.* Ecosystem of public procurement // Izvestiya SPbGEU. — 2020. — № 2 (122). — P. 86–91.

О. В. Иванченко, А. О. Перепелица

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ТРАНСФОРМАЦИЮ ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы трансформации цифровой маркетинговой деятельности в сфере ресторанного бизнеса под влиянием пандемии COVID-19 в аспекте использования и взаимосвязи онлайн каналов взаимодействия с целевыми потребителями для достижения бизнес целей компании. Одновременно с негативным влиянием коронакризиса на сферу общественного питания выявлено положительное влияние на развитие цифрового маркетинга в условиях роста вовлеченности потребителей в социальные сети и онлайн-контент. Представлен практический пример реализации стратегии цифрового маркетинга предприятия общественного питания.

Ключевые слова

Цифровой маркетинг, пандемия COVID-19, ресторанный бизнес, цифровой канал коммуникации, маркетинг социальных сетей, целевой потребитель.

O. V. Ivanchenko, A. O. Perepelitsa

IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON TRANSFORMATION OF DIGITAL MARKETING ACTIVITIES IN RESTAURANT BUSINESS

Annotation

Article discusses the transformation of digital marketing activities in restaurant business under the influence of the COVID-19 pandemic in terms of the use and interconnection of online-channels of interaction with target consumers to achieve the company's business goals. Simultaneously with negative impact of the COVID-19 crisis on catering sector, a positive impact on development of digital marketing was revealed in context of increasing consumer engagement in social networks and online-content. Special attention is paid to the practical example of implementation of digital marketing strategy of catering company.

Keywords

Digital marketing, COVID-19 pandemic, restaurant business, digital communication channel, social media marketing, target consumer.

Введение

Негативное влияние, которое в настоящее время ощущают предприятия ресторанного бизнеса в результате пандемии COVID-19 и, что более непосредственно, быстро растущих требований изоляции и социального дистанцирования, беспрецедентно по своей широте и остроте [5, 6, 7].

Большинство ресторанов в РФ по итогам 2020 г. не смогли выйти на уровень продаж 2019. Согласно результатам онлайн-опроса, проведенного KPMG и Федерации Рестораторов и Отельеров России (ФРиО) среди участников рынка общественного питания, в среднем падение выручки по сравнению с 2019 г. составило 35,3 %.

Однако ряду заведений, прежде всего, изначально ориентированных на доставку или сумевших быстро настроить процесс, удалось нарастить продажи: рост выручки таких игроков в среднем составил 19 %. Благодаря доставке многие заведения смогли продолжить работу даже в период самоизоляции, со-

хранить персонал, удержать клиентов и привлечь новых [3].

По сравнению с 2019-м в 2020 г. доля доставки в общем объеме выручки предприятий — участников исследования — увеличилась в среднем на 44 %. Исследование показало, что для большинства заведений доставка является дополнительным каналом продаж, который не каннибализирует основной бизнес ресторана: 2/3 респондентов отметили, что внедрение доставки позволило увеличить количество клиентов и заказов, а также поднять выручку [3].

Кризис побудил рестораторов полностью пересмотреть свои взгляды на управление предприятием, что привело к ускорению цифровизации бизнес-процессов. Цифровая трансформация сейчас является сложным процессом, поскольку требует адаптации к новым вызовам в режиме реального времени, а также требует более быстрого темпа внедрения для обеспечения непрерывности бизнеса [2]. Кроме того, пандемия и локдаун значительно изменили многие аспекты и потребительского поведения. Сегодня очевидно, что к старым моделям взаимодействия в части потребления товаров и услуг общество уже не вернется. Рестораторы не планируют прекращать оказывать услуги по доставке, поэтому в ближайшие годы этот сегмент, безусловно, ждет развитие как с точки зрения географии, так и с точки зрения цифровых технологий. Это, ожидаемо, приведет к еще большему увеличению его доли на рынке общественного питания [3].

Пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на цифровой маркетинг и рекламу на глобальном, региональном и местном уровнях. Однако это влияние по большей части было положительным [1]. В то же время пандемия привела к поведенческим сдвигам, таким как удаленная работа, переход на онлайн-обучение, избегание многолюдных мест, более активное участие в социальных сетях, переход к онлайн-контенту и т. д., и все это оказало огромное влияние на маркетинговые и рекламные усилия компаний [4]. Поведенческий сдвиг произошел преимущественно в сторону цифровых платформ и онлайн-контента, что создало реальные возможности для маркетологов и брендов больше, чем когда-либо прежде, общаться с клиентами в цифровом формате.

Материалы и методы

Информационную основу статьи составили результаты исследований по актуальным аспектам развития цифрового маркетинга в деятельности компании сферы общественного питания; а также научно-практическая проработка данных аспектов, проведенная отечественными и зарубежными авторами. Кроме того, был проведен анализ вторичных данных и аналитических материалов KPMG и Федерации Рестораторов и Отельеров России (ФРиО) из открытых источников сети Интернет.

Решение поставленных в исследовании задач осуществлялось на основе применения общенаучных методов познания: системного анализа, сравнительного и логического анализа, обобщения и синтеза полученной информации.

Результаты и обсуждение

Додо Пицца — российская сеть ресторанов быстрого питания, специализирующаяся на пицце. В настоящее время сеть включает около 750 заведений в 15 странах мира. Бизнес-модель Додо Пиццы — франчайзинг, в рамках которого ответственность распределяется на партнеров-франчайзи, которые в свою очередь несут ответственность за пиццерии в регионах. В данной статье проведен анализ локальной сети, представленной 13 пиццериями в четырех городах: Ростов-на-Дону (6 пиццерий), Таганрог (2 пиццерии), Воронеж (3 пиццерии) и Большой Сочи (2 пиццерии).

Прежде всего, стоит отметить, что общая маркетинговая стратегия компании на 2020–2021 гг. — интеграция инструментов цифрового маркетинга в единую систему, с целью достижения конкретных, финансово измеримых

бизнес-результатов в максимально короткие сроки. В общем виде маркетинг компании Додо Пицца можно представить следующим образом: федеральный маркетинг плюс локальный маркетинг. Национальное продвижение решает долгосрочные задачи построения осведомленности о бренде «Додо Пицца». Локальный маркетинг помогает усиливать эффект от национальной рекламы, а также привлекать гостей и увеличивать продажи в своем регионе.

Используемые Додо Пицца локальные маркетинговые каналы можно представить следующим образом:

Трейд-маркетинг. Система размещения промо в пиццерии. Додо Пицца строит сильный, яркий бренд, поэтому и выглядеть необходимо соответственно.

Цифровой-маркетинг. Интернет-реклама зарекомендовала себя как эффективный способ продвижения. С помощью диджитал-маркетинга компания может увеличить выручку, количество заказов, привлечь новых клиентов и вернуть тех, кто давно не заказывал.

Офлайн-коммуникации. Давно существующие, но все еще эффективные каналы наружной рекламы, лифтов, радио и промоутеров часто дает в сфере ресторанного бизнеса максимальный охват аудитории и увеличивает число «касаний» с целевым потребителем.

Директ-маркетинг — это различные рассылки. Маркетинговая цель в рассылках — предложить ту ценность, которую желает получить подписчик. Компания изучает целевого клиента, а затем через пуш-уведомления, ВК-рассылки, ботов и смс-ки рассказывает об акциях, которые будут интересны.

SMM. Яркий и интересный онлайн-контент в повседневной работе и социальном общении. Главные площадки — Вконтакте и Инстаграм. На каждый из этих каналов отдел маркетинга ведет системное воздействие: годовое планирование стратегии, квартальное, ежемесячное планирование и еженедельное. Планирование обязательно оцифровывается, что в свою очередь ведет к достижению KPI.

Общая тенденция продаж компании «Додо Пицца» за 2020–2021 гг. имеет положительную динамику, однако при более детальном анализе можно заметить ряд закономерностей. Всеобщий локдаун набирал обороты и динамика продаж «ползла» вниз, а полный карантин имел начало в марте-апреле 2020 г. Продажи в этот период имели критически низкие значения, а операционная эффективность бизнеса выходила в 0 %. В апреле 2020 г. был сформирован системный отдел маркетинга, который активизировал каждый из цифровых каналов, предприняв ряд действий.

Доля выручки ресторана / самовывоза очень остро реагирует на изменения рынка, а также прочие внешние факторы: эпидемиологическую обстановку, сезонность. Кроме того, в связи с нестабильной эпидемиологической обстановкой в течение 2021 г. периодически можно наблюдать резкие падения в продажах ресторанов Додо Пицца. Это связано с тем, что возникали ограничения в регионе на посещение общественных мест, что напрямую влияло на продажи — государственные органы требовали закрывать рестораны для посещения, вводились система проверки qr-кодов. Количество посетителей, соответственно, резко сокращалось, однако росла доставка. Более того, усилия маркетинга фокусировали на продвижении «доставки» с помощью цифровых маркетинговых каналов.

Доставка Додо Пицца имеет положительную динамику на протяжении всего периода. В данном случае, средний ежемесячный LFL для доставки составлял 35 %. Подводя итоги, следует отметить, что кризисными месяцами для работы локальной сети Додо Пицца стали март и апрель 2020 г., которые в свою очередь стали толчком к развитию и понимания необходимость глубокого проникновения на локальный рынок. В апреле 2020 г. при рекордно низких продажах маркетингом было предпринято решение запустить акцию «1+1», которая предполагала вторую пиццу в

подарок при покупке одной. Несмотря на рекордно высокий дисконт 50 % и фудкост-акции, ее запуск дал плоды и «реанимировал» бизнес. Уже в следующем месяце наблюдался прирост продаж в размере 14 %. Акция действовала две недели. Однако имела и негативное последствие — уровень дисконт критически возрос. Следует отметить, что общий уровень дисконта сети имеет решающее значение для операционной эффективности бизнеса (EBITDA).

Рекордно высокие показатели дисконта ассоциированы с запуском дисконтирующей маркетинговой активности. Фокус на последующие периоды был заточен на поступательное снижение дисконта сети с помощью цифровых маркетинговых каналов, повышения среднего чека. Если говорить о продажах, то данная цель реализовывалась в каждом цифровом канале с учетом его особенностей. Трекинг продаж осуществлялся с помощью внутренней платформы dodois и уникальных промокодов, зарегистрированных в данной платформе и затем размещенных на рекламно-информационных материалах и в цифровых каналах. Работа в социальных сетях, помимо имиджевых постов, которые знакомили потребителя с миссией компании, с «внутренним» миром локальной сети, заключалась в публикации постов, сторис и рассылок с акциями для клиентов. Основными площадками стали: Вконтакте, Инстаграм и Телеграм. В данных площадках SMM-менеджерами осуществлялось еженедельное планирование контента и акций.

Итоги по продажам в социальных сетях отражены на диаграммах, представленных на рисунке 1 и 2. Кроме того, на положительную динамику в продажах через социальные сети влияет постоянная работа по привлечению подписчиков в сообщества. В совокупности во Вконтакте за анализируемый период было привлечено 35 тыс. человек на сеть, в Инстаграм — 30 тыс. человек, прирост в среднем 15 %. Помимо продаж через официальные сообщества в соц. сетях, активно использовались контекстная и таргетированная реклама. Целевой аудиторией данных каналов являются новые клиенты и цель акций, размещенных и продвигаемых с помощью данных инструментов — первичные продажи. Тенденция по продажам в данных цифровых каналах представлена на рисунке 3 и 4.

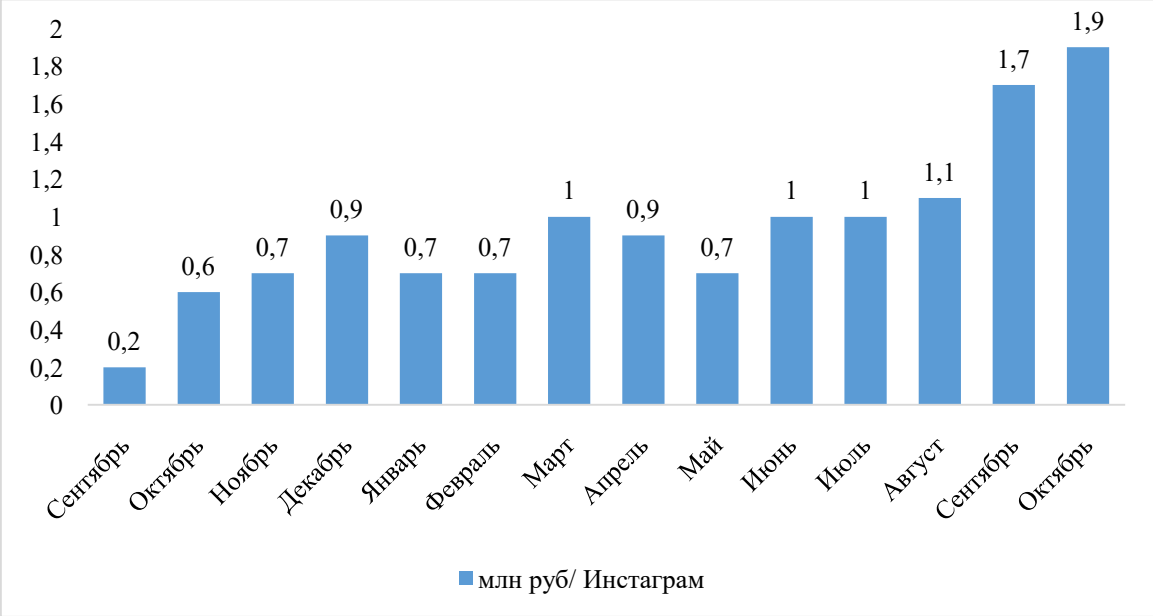


Рисунок 1 — **Динамика продаж Додо Пицца по каналу «Инстаграм» за сентябрь 2020 г. — октябрь 2021 г.**

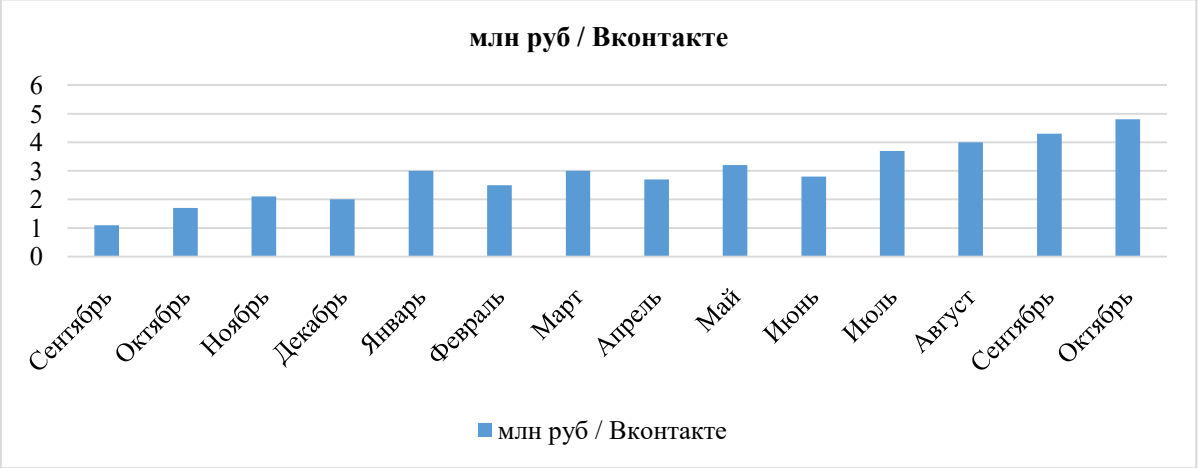


Рисунок 2 — **Динамика продаж Додо Пицца по каналу «Вконтакте» за сентябрь 2020 г. — октябрь 2021 г.**

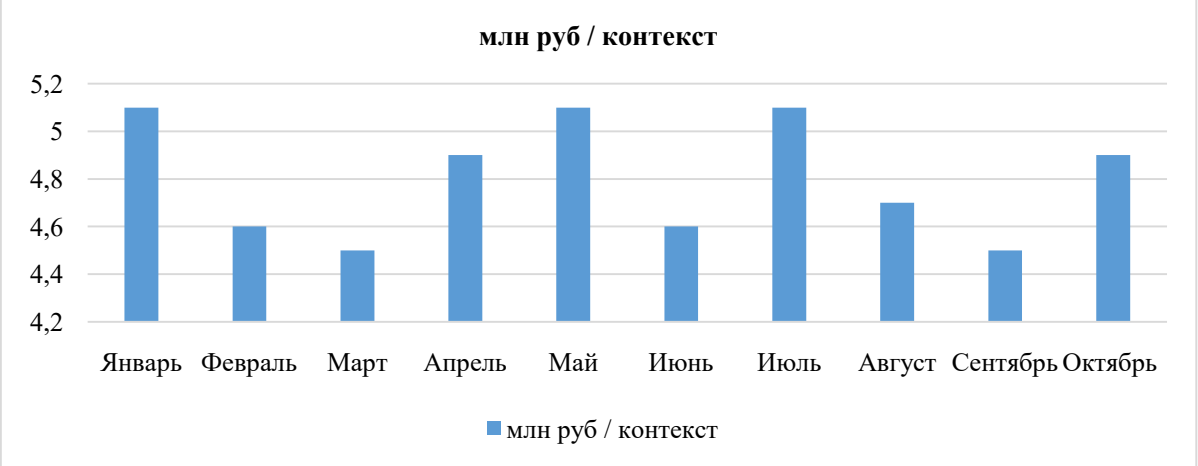


Рисунок 3 — **Динамика продаж Додо Пицца по каналу «Контекстная реклама» за январь-октябрь 2021 г.**

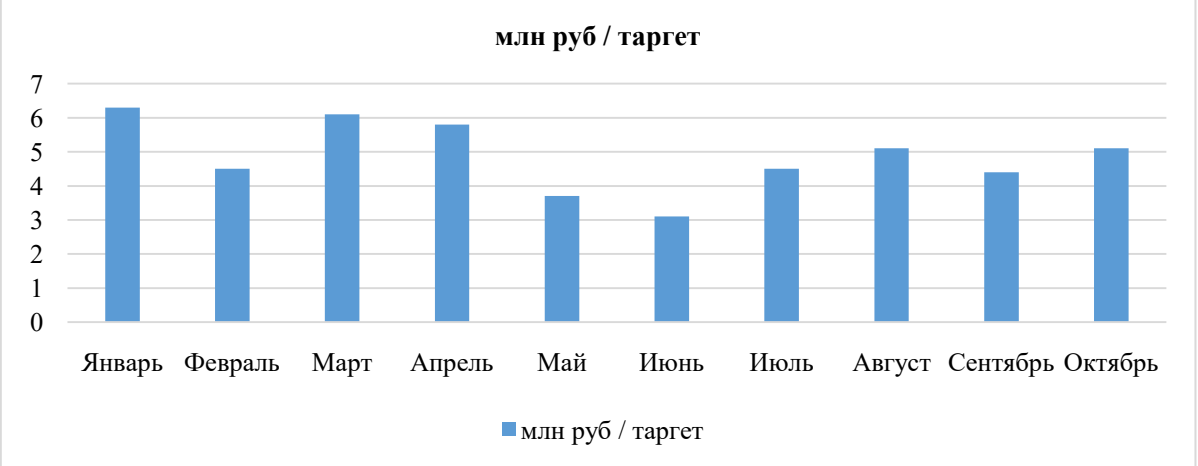


Рисунок 4 — **Динамика продаж Додо Пицца по каналу «Таргетированная реклама» за январь-октябрь 2021 г.**

Еще одним каналом, направленным на продажи, используется промо. Промоутеры являются достаточно затратным, но эффективным, при грамотном управлении, каналом продаж. Учитывая принципы компании, задачей промоутера является донести «в руки» клиенту выгодное предложение, которым можно воспользоваться либо прямо сейчас, зайдя в ресторан, либо позже, сохранив листовку с промокодом и затем оформить доставку. Кроме того, промоутеры — это прямой инструмент влияния на продажи в ресторане, поскольку их работа строится в трафиковых зонах и направлена на поток людей. С помощью маркетингового носителя — листовки, и скрипта промоутер должен привлечь клиента в ресторан. Ключевым моментом здесь является непосредственно акция, размещенная на рекламно-информационных материалах. В начале 2021 г. была пересмотрена стратегия работы данного канала и были пересмотрены акции. Это оказало успешное влияние на продажи, динамика которых отражена на диаграмме на рисунке 5.

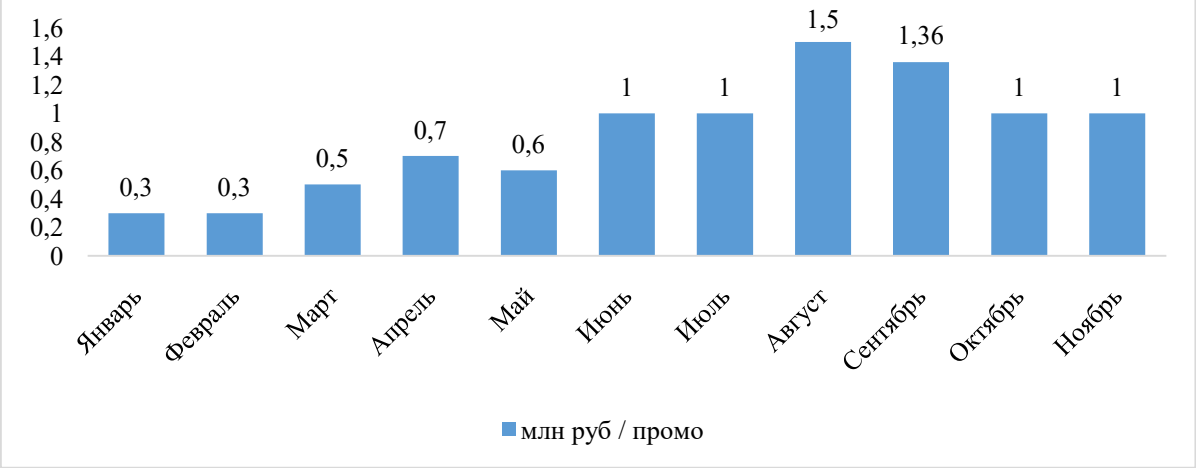


Рисунок 5 — **Динамика продаж Додо Пицца по каналу «Промо» за январь-октябрь 2021 г.**

Такой «взлет» обусловлен правильно подобранным предложением для клиента. Если в конце 2020 г. на листовках в основном использовали предложения с низким средним чеком (150–250 руб.) и ограниченным выбором, то в марте 2021 г. было принято решение дать клиенту свободу выбора и соответственно предложить более общую акцию, которая распространялась бы на широкий ассортимент продуктов из меню. Такой акцией стала скидка 20 % на любую пиццу (предложение работало и на доставку, и в ресторане) и большая пицца за 595 руб. (действовало только в ресторане). Как видно из графика стратегия привела к приросту в более чем 5 раз в горячий сезон. Кроме того, канал промоутеров очень чувствителен к сезонности и изменениям в погодных условиях. Это объясняет высокие продажи теплые месяцы и снижение продаж в холодные.

В рамках работы над дисконтом, каждая акция проходила предварительный анализ на уровень дисконта и фудкоста. Бенчмарк в данном вопросе является уровень для обоих показателей не более 30 %. Это связано с тем, что активная акционная маркетинговая стратегия вела к «избалованности» клиента, а также возросшей доли доставки в связи с эпидемической обстановкой. Критическим моментом стало снижение операционной эффективности бизнеса с целевых 15 % до 9 % в ноябре. В срочном порядке был проведен аудит каналов, увеличение среднего чека в акциях, а также отключение акций с высоким уровнем дисконта. Уже в конце декабря операционная эффективность составляла

14,67 %. В итоге каждый маркетинговый носитель был использован максимально эффективно и нацелен на бизнес-результат, с последующей возможностью его оцифровки и оценки эффективности. Доля продаж по цифровым маркетинговым каналам в общем объеме выручки составила на ноябрь-декабрь 2021 г. — 29 %.

Выводы

При системном погружении в цифровые маркетинговые каналы, системном планировании и выстраивания стратегии проникновения на рынок в экономически сложных условиях, придерживаясь и не нарушая принципы компании, является абсолютно реальным достижение положительной динамики продаж.

Кризис COVID-19 добавил новые проблемы и возможности в сфере ресторанного бизнеса, а также заставил многие предприятия ускорить процессы цифровой трансформации маркетинговой деятельности, чтобы справиться с последствиями пандемии.

Библиографический список

1. Ayush, G. K., Gowda, R. A study on impact of COVID-19 on digital marketing Conference: Impact of COVID 19 on various areas of global Economy, science and humanities At: Gondwana University, gadcchiroli, Maharashtra, India June 2020 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.researchgate.net.

2. Nacho De Marco. How the Pandemic Is Impacting Digital Transformation [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.business.com.

3. Влияние доставки на рынок общественного питания РФ Исследование КПМГ и ФРиО [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://frio.ru.

4. *Иванченко, О. В.* К вопросу о разработке программы комплексного интернет-маркетинга компании // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2021. — № 1 (73). — С. 82–90.

5. Индустрия общественного питания после пандемии 2020 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://retailhoreca.ru.

6. Как ресторанный бизнес пережил пандемию: первые итоги полноценной работы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://restoranoff.ru/news.

7. Тиунов, В. М. Ресторанный бизнес и сфера обслуживания в условиях новой коронавирусной инфекции // ТППП АПК. — 2021. — № 1.

Bibliographic list

1. Ayush, G. K., Gowda, R. A Study on impact of COVID-19 on digital marketing. Conference: Impact of COVID 19 on various areas of global Economy, science and humanities At: Gondwana University, gadcchiroli, Maharashtra, India June 2020 [Electronic resource]. — Access mode: https://www.researchgate.net.

2. Nacho De Marco. How the Pandemic Is Impacting Digital Transformation [Electronic resource]. — Access mode: https://www.business.com.

3. The impact of delivery on the catering market of Russian Federation Research KPMG and FRiO [Electronic resource]. — Access mode: https://frio.ru.

4. *Ivanchenko, O. V*. On the issue of developing a complex internet marketing program of company // Bulletin of RSUE (RINH). — 2021. — № 1 (73). — P. 82–90.

5. The catering industry after the 2020 pandemic [Electronic resource]. — Access mode: https://retailhoreca.ru.

6. How the restaurant business survived the pandemic: the first results of full-fledged work [Electronic resource]. — Access mode: https://restoranoff.ru/news.

7. *Tiunov, V. M.* Restaurant business and service sector in conditions of a new coronavirus infection // STPP APK. — 2021. — № 1.

В. В. Климук

ПОСТРОЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-СТРУКТУРНОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОСИСТЕМОЙ

Аннотация

В настоящее время актуализируются процессы управления компонентами комплексного организационного механизма, в основе которого лежит экосистемный подход, учитывающий как вертикальную, так и горизонтальную интеграцию участников системы с целью достижения синергетического эффекта. Автором на основании обзора материалов отечественных и зарубежных авторов в области применения моделирования процессов управления инновационными экосистемами представлены структурные компоненты модели управления инновационной экосистемой. Определен алгоритм поэтапного выполнения работ в модели управления инновационной экосистемой. Сформирован набор обязательных элементов данной модели. Выделен ряд основных принципов модели и предложена 3-модульная модель управлений инновационной экосистемой.

Ключевые слова

Инновационная экосистема, модель управления, организационно-структурная модель, экосистемный подход.

V. V. Klimuk

BUILDING AN ORGANIZATIONAL AND STRUCTURAL MODEL FOR MANAGING AN INNOVATIVE ECOSYSTEM

Annotation

Processes of managing the components of integrated organizational mechanism, which is based on ecosystem approach that takes into account both vertical and horizontal integration of system participants in order to achieve synergistic effect, are currently being actualized. Author, based on a review of materials of domestic and foreign authors in application of modeling of management processes of innovation ecosystems the structural components of model of innovation ecosystem management are given. Algorithm of phased execution of work in model of management of innovation ecosystem is certain. A set of mandatory elements of model created. A number of basic principles of model and proposed a 3-module model of innovative ecosystem management.

Keywords

Innovation ecosystem, management model, organizational and structural model, ecosystem approach.

Введение

Обеспечение эффективного функционирования любого отраслевого и межотраслевого комплекса, в частности отдельных предприятий, предполагает оптимальное функциональное распределение участников по рациональному использованию ресурсного потенциала. Для решения этой задачи важной выступает разработка организационно-структурной модели с дифференциацией структурных компонент.

Конкурентоспособный на внутреннем и внешних рынках продукт можно получить, как правило, на основе взаимодействия участников — как индивидуальных (физических лиц, индивидуальных предпринимателей), так и

групповых (юридических лиц) — представляющих локальные профессионально-компетентностные ячейки, реализующие каждый свой функциональный процесс. Каждым участником (физическим лицом, организацией) реализуется отдельный цикл работ в рамках своих функций. Мониторинг, а впоследствии, при необходимости, корректировку процесса выполнения работ каждым звеном (ячейкой) осуществляет руководитель проекта по созданию нового продукта, который является участником данной группы. На основе полученных результатов работ каждой группой (командой) объединения корректируется общий план-график процесса по созданию конкурентоспособной продукции. Такого рода циклический формат работ по генерированию, апробации, внедрению и выводу на рынок инновационной продукции определяется как гибкая методология создания инноваций (например, Agile). Важнейшим процессом в этой деятельности является управление, обеспечивающее максимальную отдачу от каждого ресурсного компонента. Современным подходом к управлению компонентами комплексного организационного механизма выступает экосистемный подход, учитывающий как вертикальную, так и горизонтальную интеграцию участников системы с целью достижения синергетического эффекта.

Материалы и методы

Проблемы исследования процедур применения экосистемного подхода, оценки эффективности его внедрения в деятельность интегрированных структур находятся в центре внимания как отечественных, так и зарубежных исследователей. Значительный вклад в развитие данной проблемной области внесли Бекарев А. А. [3], Гудков С. В. [4], Толстых Т. О. [7], Халин В. Г. [8], Чепуренко А. [9], Черненко О. Б. [10] и другие. Формирование теоретико-методического инструментария оценки эффективности экосистемного подхода, разработки модели управления инновационной экосистемой представлены в работах Астратовой Г. В. [2], Климука В. В. [5], Терзиева В. [1], Черновой О. А. [6] и др.

Результаты и их обсуждение

В качестве компонент модели инновационной экосистемы представим следующие: интеллектуальная, финансовая, инфраструктурная (рис. 1).



Рисунок 1 — **Структурные компоненты инновационной экосистемы**

Взаимоувязка интеллектуальной, финансовой и инфраструктурной компонент обеспечит создание инновационного продукта, учитывая преимущества и ресурсные возможности каждого из участников экосистемы.

В целом, модель управления инновационной экосистемой должна включать ряд последовательных этапов, характерных как в отдельности для каждого из участников системы, так и в целом для действующей организации, инициирующей создание инновационного продукта, или же для временной организации, специально созданной для одной цели — создания инновационной продукции (рис. 2). Каждая модель должна включать базовый набор обязательных элементов, характеризующих ее функциональное назначение, масштаб, структурную дифференциацию, гибкость и другие дополнительные параметры. Представим набор обязательных элементов, обеспечивающих эффективность функционирования модели управления инновационной экосистемой (рис. 3). Данные элементы экосистемы обеспечивают эффективное взаимодействие для создания инновационной продукции на основе взаимовыгодной кооперации участников из различных отраслей на принципах вертикальной и горизонтальной интеграции с целью оптимизации затрат на каждом процессе реализации функций генерации инновационных идей, их апробирования, корректировки, вывода в реальный сектор, корректировки и обеспечения синергетического экономико-социального эффекта.

Анализ проблемного поля	Предполагает изучение состояния развития отрасли, промышленных предприятий, анализ отзывов покупателей (потребителей), выявление «слабых» мест в деятельности, формулировку потребностей
Планирование работы инновационной экосистемы	Поиск потенциальных участников и формирование будущей экосистемы для решения поставленных задач (удовлетворения возникших, планируемых потребностей) в отрасли, определение основного и альтернативных вариантов (идей) решения обозначенных проблемных задач, распределение функциональных задач каждого участника в кратко-, средне-, долгосрочном периодах, с учетом трендов в отрасли, государственной инновационной политики
Оценка	Систематический и несистематический мониторинг основных индикаторов функционирования экосистемы (экономических, социальных показателей), оценка уровня соответствия плану, оценка качества взаимодействия участников экосистемы, анализ промежуточных результатов реализации инновационных процессов, выявление отклонений и причин их возникновения
Совершенствование	Внесение необходимых корректив в последующие этапы реализации процессов деятельности инновационной экосистемы бизнеса с целью создания качественного инновационного, востребованного продукта, на основе промежуточной оценки и постоянного мониторинга контрольных индикаторов оценки оптимального состояния экосистемы, а также с учетом приоритетных направлений государственной инновационной политики, возможных рисков

Рисунок 2 — **Поэтапность работ в модели управления инновационной экосистемой**

Объект	Определяется непосредственно промышленная отрасль и входящие в инновационную экосистему организации (органы), участвующие в реализации инновационной политики с целью создания конечного продукта. Объект — инновационные процессы в кооперационной ресурсной модели взаимодействия организаций
Субъект	Определяются непосредственные участники будущей экосистемы, функционирующие на принципах взаимовыгодного сотрудничества и функционального распределения. Субъекты — организации промышленного сектора, бизнес-сообщества, органы власти, общественные организации, зарубежные партнеры, стартапы
Предмет	Определяется конкретный блок решаемых задач. В промышленном секторе предметом управления инновационной экосистемой бизнеса выступает комплекс механизмов финансирования процессов генерации и реализации инновационных идей, профессиональной компетентности трудовых ресурсов, коммуникации участников экосистемы в направлении создания инновационного продукта
Технологии	Определяется набор применяемых методов для развития инновационной экосистемы. В промышленном секторе — методы гибкого проектного управления (Agile-методология), креативного мышления, инновационного предпринимательства, стартап-проектирования (в т. ч. молодежного), фандрайзинга, венчурного финансирования, сетевого взаимодействия
Цель, задачи	Определяется цель (конечная и промежуточные) и задачи, соответствующие достижению поставленной цели, характеризуемые четкостью, ограниченностью по времени, конечным «выходом» (результатом), взаимоувязкой с другими промежуточными целями и конечной (генеральной). Цель инновационной экосистемы бизнеса — создать самоорганизующуюся систему взаимодействия участников, обеспечивающих непрерывный процесс генерации инновационной продукции (решений) для получения экономического и социального эффекта. Задачи: изучить состояние промышленного сектора; выявить проблемные вопросы; определить базовый состав участников; сформировать комплекс возможных вариантов решения выявленных проблем; составить список функциональных задач каждого участника экосистемы; определить систему стимулирования инновационной активности участников экосистемы; обеспечить материально-техническую базу реализации поставленных задач; подготовить нормативно-правовую систему регулирования инновационных процессов; разработать оценить уровень достижения плановых показателей; представить прототип и протестировать его в реальных условиях потребления (рынка); внести коррективы в комплекс выполняемых действий для совершенствования инновационных процессов

Рисунок 3 — **Обязательные элементы организационной схемы модели управления инновационной экосистемой**

Реализация эффективной работы инновационной экосистемы предполагает наличие основных принципов, выполнение которых обеспечит построение комплексного, развивающегося механизма генерации инновационных идей в промышленном бизнесе, их апробацию, совершенствование, внедрение в практические сферы деятельности с целью роста конкурентоспособности реального сектора экономики, обеспечения экономической безопасности страны (рис. 4).

Партнерство	Предполагает оптимальное функциональное распределение задач между участниками экосистемы, взаимопомощь в решении данных задач, совместная ответственность за результаты
Интеграция	Предусматривает объединение ресурсов участников с целью наращивания совместного инновационного, научного потенциала экосистемы при создании нового продукта
Модульность	Предполагает реализацию инновационных процессов в форме отдельных функциональных модулей, легко адаптируемых к изменяющимся условиям рынка, заказчиков (бенефициаров)
Инновационность	Предполагает применение креативных, оригинальных подходов в решении поставленных задач экосистемы, учитывающие уровень новизны, научной, практической значимости
Гибкость	Предусматривает адаптацию инструментов генерации новшеств, взаимодействия участников экосистемы и бенефициаров продукта, мер стимулирования инновационной активности экосистемы к изменяющимся рыночным, геополитическим, технико-технологическим и другим условиям внешней и внутренней среды
Перманентность	Предполагает постоянство, непрерывность поиска векторов совершенства деятельности инновационной экосистемы на основе генерации инновационных решений, оптимизации ресурсов в реализации составных процессов экосистемы, внедрения оригинальных решений
Вариабельность	Представляет генерацию основного (базового) и вспомогательных (альтернативных) вариантов решения поставленных проблемных задач, обеспечивая возможность разработки нескольких моделей и сценариев развития событий с целью достижения конечного результата и развития системы
Открытость	Предполагает включение в инновационную экосистему заинтересованных, мотивированных участников — разработчиков, посредников, менеджеров, поставщиков, пользователей — с целью рассмотрения вариантов решения поставленных задач с различных точек зрения и совершенствования конечного продукта

Рисунок 4 — **Принципы функционирования модели управления инновационной экосистемой**

Например, эффективная реализация модели управления инновационной экосистемой может быть представлена как интегрированные модули, перманентно осуществляющие процессы генерации инновационных идей, их апробацию, корректировку, внедрение в практические сферы приложения результатов интеллектуальной деятельности и продвижения на рынок с целью достижения экономико-социального эффекта (рис. 5).



Рисунок 5 — **Модель управления инновационной экосистемой**

Выводы

Построенная модель управления инновационной экосистемой позволяет эффективно управлять процессами в рамках каждого функционального блока, интегрируя их в общий целостный механизм, основываясь на гибкости в процессе адаптации к искусственно или естественно изменяющимся условиям социально-экономической, экологической, политической сфер. Применение экосистемного подхода значительно повышает показатели результативности деятельности каждого из взаимодействующих участников производственно-инновационной системы с достижением синергетического эффекта.

Библиографический список

1. *Terziev, V., Klimuk, V.* Improving social performance of a resource cooperation model Science Education Business Power» based on «smart specialization» principle / 21st RSEP International Economics, Finance & Business Conference Barcelona, 2021. — P. 10-15.

2. *Астратова, Г.В., Климук, В.В., Рущицкая, О.А.* Маркетинговые исследования на рынке органических продовольственных товаров. Особенности использования графического анализа: моногр. / под общ. и науч. ред. Г.В. Астратовой. — Екатеринбург, 2016.

3. *Бекарев, А.А.* Инновации в системе взаимоотношений коммерческого банка с клиентами: дисс. к. э. н. — Новосибирск, 2002.

4. *Гудков, С.В.* Экономическая сущность предпринимательской деятельности // Проблемы экономики : сб. научных трудов. — 2011. — № 1 (12). — С. 19–27.

5. *Климук, В.В.* Развитие инструментария оценки эффективности использования материальных ресурсов промышленного предприятия: автореф. дисс. к. э. н. — Ростов-на-Дону, 2015.

6. *Климук, В.В., Чернова, О.А.* Концепция четырехзвенной спирали в стратегиях «умной специализации» промышленного развития // Естественно-гуманитарные исследования. — 2019. — № 25. — С. 179–184.

7. *Толстых, Т. О., Агаева, А. М.* Экосистемный подход как концепция инновационного развития экономики / Наука сегодня: вызовы и решения : материалы междунар. науч.-практ. конф. — Вологда, 2020. — С. 73–74.

8. *Халин, В. Г., Чернова, Г. В., Калайда, С. А.* Экономические экосистемы и их классификация // Управленческое консультирование. — 2021. — № 2. — С. 38–53.

9. *Чепуренко, А.* Предпринимательские экосистемы в постсоциалистических экономиках // Форсайт. — 2019. — № 4. — Т. 13. — С. 6–8.

10. *Черненко, О. Б., Чернышева, Ю. Г., Куринова, Я. И.* Экосистемный подход к развитию малого и среднего предпринимательства // Учет и статистика. — 2020. — С. 53–57.

Bibliographic list

1. *Terziev, V., Klimuk, V.* Improving social performance of a resource cooperation model Science Education Business Power based on «smart specialization» principle // 21st RSEP International Economics, Finance & Business Conference. — Barcelona, 2021. — P. 10–15.

2. *Astratova, G. V., Klimuk, V. V., Ruschitskaya, O. A.* Marketing research on the organic food market. Features of using graphical analysis : monograph : general and scient. ed. of G. V. Astratova. — Yekaterinburg, 2016.

3. *Bekarev, A.A.* Innovations in the system of relationships between a commercial bank and clients : diss. — Novosibirsk: 2002.

4. *Gudkov, S. V.* The economic essence of entrepreneurial activity // Problems of Economics : collection of scient. works. — 2011. — № 1 (12). — P. 19–27.

5. *Klimuk, V. V.* Development of tools for assessing the effectiveness of the use of

material resources of industrial enterprise : diss. — Rostov, 2015.

6. *Klimuk, V. V., Chernova, O. A.* Concept of a four-link helix in strategies of «smart specialization» of industrial development // Natural Sciences and Humanities. — 2019. — № 25. — P. 179–184.

7. *Tolstykh, T. O., Agaeva, A. M.* Ecosystem approach as a concept of innovative economic development // Science today: challenges and solutions : materials of international scient.-pract. conf. — Vologda, 2020. — P. 73–74.

8. *Khalin, V. G., Chernova, G. V., Kalayda, S. A.* Economic ecosystems and their classification / Management consulting. — 2021. — № 2. — P. 38–53.

9. *Chepurenko, A.* Entrepreneurial ecosystems in post-socialist economies / Foresight. — 2019. — T. 13. — № 4. — P. 6–8.

10. *Chernenko, O. B, Chernysheva, Yu. G., Kurinova, Ya. I.* Ecosystem approach to the development of small and medium-sized businesses // Accounting and statistics. — 2020. — P. 53–57.

О. А. Миронова, Р. М. Богданова

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОТРАСЛЕЙ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КАК ФАКТОР МОДЕРНИЗАЦИИ АПК РОССИИ

Аннотация

В статье рассматриваются задачи модернизации российского АПК в контексте проблем обеспечения продовольственной безопасности и конкурентоспособности национальной экономики страны и ее регионов. Анализируется опыт применения цифровых технологий в сельском хозяйстве стран Европы, даются рекомендации по его применению в российских условиях. Подчеркивается необходимость государственно-частного партнерства для решения поставленных задач.

Ключевые слова

Агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, модернизация, цифровизация, точное земледелие.

O. A. Mironova, R. M. Bogdanova

DIGITALIZATION OF AGRICULTURAL SECTORS AS A FACTOR OF MODERNIZATION OF AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX OF RUSSIA

Annotation

Article considers the tasks of modernization of Russian agro-industrial complex in context of problems of ensuring food security and competitiveness of national economy of country and its regions. Experience of using digital technologies in agriculture in Europe is analyzed, recommendations for its use in Russian conditions are given. Necessity of public-private partnership to solve the tasks is emphasized.

Keywords

Agro-industrial complex, agriculture, modernization, digitalization, precision agriculture.

Введение

Актуальной задачей российского агропромышленного комплекса в условиях ужесточения конкуренции со стороны зарубежных производителей является обеспечение непрерывной и ком-

плексной модернизации его отраслей. Будучи объективно зависимыми от природно-климатических условий, обеспеченности земельными ресурсами, их качества и состояния, сельское хозяйство и сопряженные с ним отрасли могут эффективно развиваться, в первую очередь, при условии их передовой технической оснащенности, использовании преимущественно интенсивных способов хозяйствования и возможности оперативного обновления и усовершенствования их технической и технологической базы.

В современных условиях проблема обеспечения эффективности отечественного АПК стоит достаточно остро. Причиной тому являются не только экономические санкции и возможное расширение их спектра под воздействием различного рода политических мотивов, но и продолжение пандемии COVID-19, не исключающее вероятность закрытия национальных границ и сокращения объемов международных поставок в условиях потенциально возможных локдаунов. В связи с этим проблема обеспечения страны продовольствием вне зависимости от доступа к зарубежным рынкам является вопросом стратегического значения.

Задачи обеспечения экономической и продовольственной безопасности страны сегодня сопряжены с необходимостью преодоления технологических, в том числе цифровых диспропорций в отраслях российской экономики. Мировой опыт свидетельствует о стремительном внедрении цифровых технологий в АПК зарубежных стран, их применении практически во всех отраслях сельскохозяйственного производства. В этой связи важнейшим направлением развития российского АПК является успешная модернизация его отраслей на основе широкого внедрения цифровых технологий.

Материалы и методы

Понятие «модернизация» (от англ. modern — современный, передовой, обновленный) получило достаточно широкое распространение в современной экономической литературе. Оно может относиться к усовершенствованию, обновлению или приведению к новым, более высоким требованиям как технических средств (машин, оборудования, приборов и т. д.) и технологических процессов, так и отдельных отраслей и сфер хозяйственного комплекса, а также национальной экономики в целом. Таким образом, на уровне отдельных производств модернизация может рассматриваться как микропроцесс, как мезопроцесс — на отраслевом уровне, и как макропроцесс — на макроэкономическом уровне.

Тем не менее модернизация как макропроцесс может быть рассмотрена более широко в контексте технологических революций, обусловивших смену технологических укладов при переходе, например, от аграрного к индустриальному обществу или в рамках перехода от индустриального производства к современному информационному обществу, основанному на цифровых технологиях. В экономической литературе выделяется три значения данного понятия. Согласно первому, модернизация рассматривается в контексте внутреннего развития США и стран Западной Европы в эпоху Нового времени. Второе значение слова «модернизация» используется обычно в контексте изучения возможностей догоняющего развития стран полупериферии и периферии мировой экономики, в ходе которого они приобретает определенные черты, свойственные социально-экономическим системам развитых стран. В третьем случае модернизация рассматривается как перманентный процесс реформ и инноваций в условиях постиндустриального перехода. Также модернизацию можно понимать как процесс полного или частичного изменения социально-экономической системы, направленный на преодоление застойных явлений в обществе и ускорение экономического развития [1].

Понимание процесса модернизации как развития обусловливает возможность ее трактовки в соответствии с точкой зрения С. И. Ожегова, который рассматривает ее как «регулярный процесс изменения, перехода от одного состояния к более совершенному, от состояния старого качества к состоянию нового качества, состояние от простого к сложному, от низкого к высокому» [2]. Таким образом, модернизация представляет собой сложный глобальный процесс, охватывающий все сферы жизни современного общества и его экономической деятельности.

Рассматривая понятие модернизации в отраслевом разрезе, в частности, конкретизируя ее для сельского хозяйства, следует отметить, что она может включать не только механизацию отдельных отраслей и всего АПК, совершенствование материально-технической базы аграрного производства, но и возможности развития и сочетания различных форм собственности, совершенствование аграрной политики, развитие альтернативных видов деятельности на селе. С точки зрения сельской экономики модернизация может рассматриваться как основа ее устойчивого долгосрочного развития, обеспечивающая продовольственную и экономическую безопасность страны и ее регионов.

В условиях цифровой трансформации современной экономики модернизацию АПК следует рассматривать как многофункциональную сложную систему действий, целью которой является доведение сельского хозяйства до стандартов цифровой экономики [3].

Результаты

Важнейшей задачей современного этапа модернизации российского АПК являются информатизация и широкое использование цифровых технологий во всех его отраслях, в том числе, в сельском хозяйстве. В частности, речь идет о точном земледелии, под которым понимается использование конкретных ресурсов исходя из дифференциации неоднородных участков полей, в том числе на основе спутникового мониторинга земель и создания электронных карт полей. Подобные технологии позволяют достичь максимальной эффективности сельскохозяйственного производства, чему будут способствовать более точная оценка агроклиматических условий, состояния почв, их качества. Это позволит дифференцировать полив и количество минеральных удобрений, и, как следствие, получить более высокие урожаи из высококачественных семян. Помимо этого точное земледелие будет способствовать повышению производительности труда в сельском хозяйстве благодаря осуществлению контроля севооборотов, автоматизации ряда процессов, ранее основанных преимущественно на использовании ручного труда, компьютерному управлению всем процессом производства продукции, использованию системы электронной отчетности.

Процесс перехода к точному земледелию в развитых странах уже получил название новой технологической революции. Однако в России в настоящее время темпы внедрения информационных технологий в аграрную отрасль продолжают оставаться неоправданно низкими. Об этом свидетельствуют данные, представленные на рисунке 1, из которого видно, что в 2017 г. Россия находилась на последнем месте из 14 стран, в которых проводился анализ степени использования фермерскими хозяйствами простейших информационных технологий (далее ИТ). Так, персональный компьютер с выходом в глобальную сеть Интернет в России использовали всего 3,3 % фермеров, в то время как в занимающей 13 место Чехии их число составило 17,1 %. Наиболее высокими показатели являются в Норвегии — 74,3 %; Дании и Швеции — соответственно по 80 %.

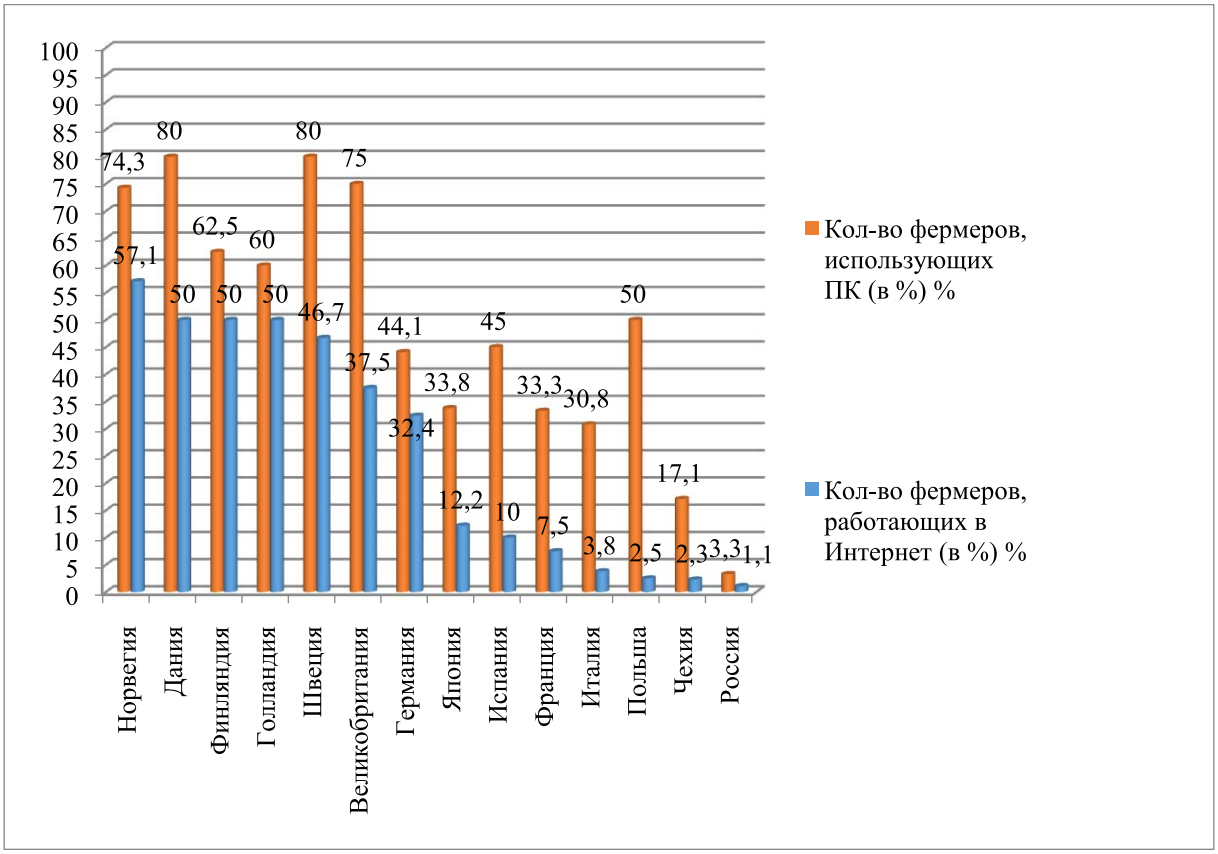


Рисунок 1 — **Использование фермерскими хозяйствами России и стран Запада простейших информационных технологий в 2017 г.** [4]

Еще хуже обстоит ситуация с количеством фермеров, непосредственно использующих интернет-технологии в своей производственной деятельности. Их число в России составляет 1,1 % от общего числа фермеров, для сравнения в Польше — 2,5 %, в Испании — 10 %, в Голландии, Дании и Финляндии — 50 %.

Анализ зарубежного опыта показывает, что наиболее эффективным для России может стать комплексный подход к цифровизации АПК, в основе которого лежит так называемое «умное сельское хозяйство, основанное на контроле всей цепочки создания добавленной стоимости «от поля до вилки» и опирающееся на развитие SMART-технологий (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time bound). В АПК важнейшими направлениями использования подобных технологий являются сбор и анализ информации, мониторинг состояния земельных угодий, проведения всех видов сельскохозяйственных работ, использования крупногабаритной техники и т. д. (GNSS, GIS, RS, Web, Big Data, Yield monitoring, Soil-test и т. д.), принятие управленческих решений (Crop-, Land-, Livestock-management) и их последующее выполнение (Variable Rate Technology) [5].

Переход в России даже к частичному, но взаимосвязанному использованию компонентов точечного земледелия позволит повысить эффективность аграрного производства в среднем на 30 %, в том числе за счет экономии затрат живого труда, увеличить урожайность сельскохозяйственных культур благодаря определению оптимального времени для проведения посевных работ, полива, уборки урожая. Однако учитывая современное состояние отечественного АПК, следует отметить, что цифровизация его процессов может быть осуществима только при условии

сочетания усилий государства в виде создания благоприятного налогового и регуляторного режимов с привлечением частного финансирования. Также необходимо создание и постоянное обновление соответствующей инфраструктуры, что требует масштабных капиталовложений, ориентированных на длительные сроки окупаемости.

Системный подход к задаче модернизации российского АПК на основе внедрения цифровых технологий, в том числе в сельскохозяйственном производстве позволяет разработать ее комплексную модель и определить тектологические границы ее взаимодействия с системами более высокого порядка (рис. 2).

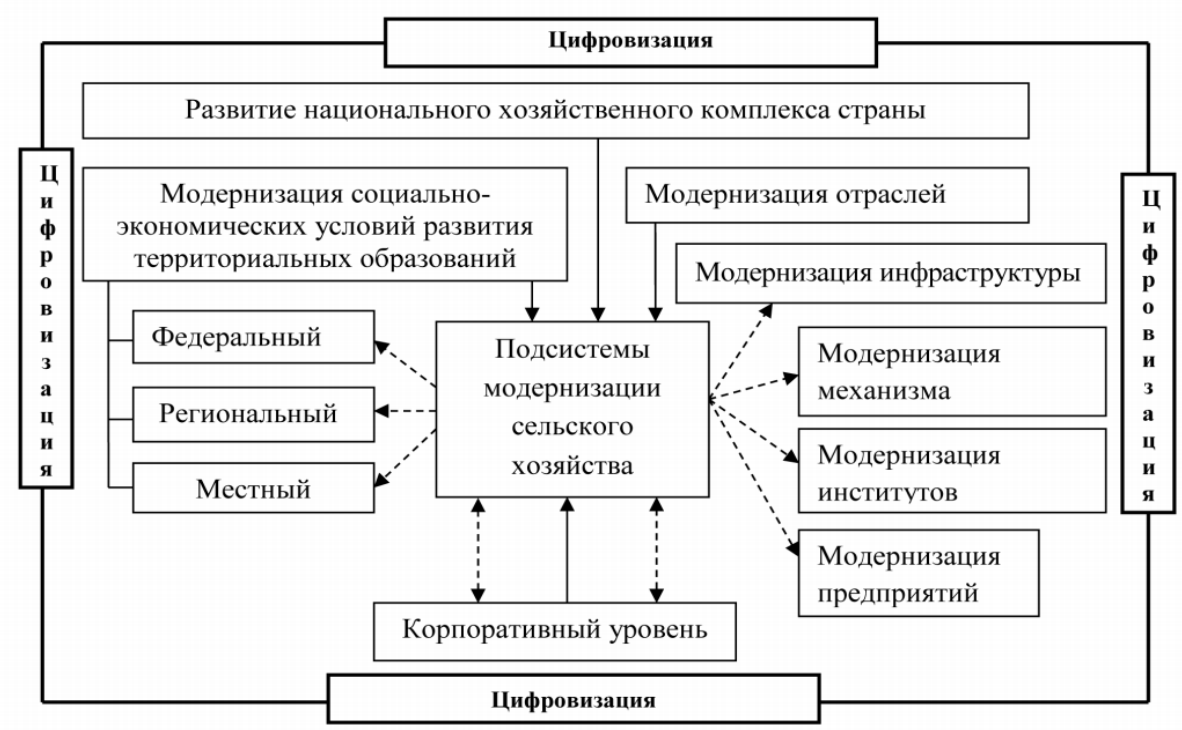


Рисунок 2 — **Тектологические границы цифровой модернизации сельского хозяйства**

Практическая реализация данной модели предполагает четкую градацию целей и подцелей модернизации, определения ее инструментов, принципов и механизмов, определения приоритетов и производных от них задач. При этом необходимо учитывать специфику сельскохозяйственной отрасли и иных отраслей агропромышленного комплекса, адаптируя под них возможности цифровых технологий. Это обусловливает необходимость концептуального и методологического обоснования процессов информатизации и цифровизации АПК, определения путей взаимодействия государства и бизнеса на путях государственно-частного партнерства.

Обсуждение

Современные исследования и практика применения интернета вещей и SMART-технологий в аграрном секторе развитых стран позволяют сделать вывод о возможности роста эффективности сельскохозяйственного производства в 3 раза. При этом результатом цифровизации АПК становится не только рост производительности труда во всех отраслях комплекса, но и рост урожайности сельскохозяйственных культур, а также снижение антропогенной и техногенной нагрузки на окружающую среду. Рост производительности труда во многом достигается благодаря замене человеческого труда техно-

логиями «умной (цифровой) фермы», использованием робототехники, точного земледелия, самоходных сельскохозяйственных машин. В данном случае роль фермера трансформируется в управление цифровыми процессами и совместную аналитическую работу с агрономом, в том числе по вопросам расшифровки данных, полученных с помощью спутниковых цифровых изображений полей, о состоянии почв, необходимости внесения тех или иных минеральных удобрений на конкретных участках поля, урожайности и т. д.

Развертывание процессов цифровизации в АПК России требует инвестиций, как осуществимых на уровне фермерских хозяйств, так и местных властей, а в случае крупномасштабных инвестиций — в рамках соответствующих государственных программ. Вся совокупность подобных инвестиций условно может быть разделена на следующие группы:

1. Инвестиции в компьютерную технику и цифровые технологии, обеспечивающие повышение эффективности аграрного производства, в том числе персональные компьютеры, современное программное обеспечение, GPS-оборудование и ряд других цифровых продуктов, предлагаемых в настоящее время как зарубежными, так и отечественными производителями.

2. Инвестиции на приобретение необходимой информации и доступ к предоставляющим ее сервисам (спутниковое зондирование, облачные модели принятия решений и др.).

3. Инвестиции в человеческий капитал и специфические сельскохозяйственные знания, необходимые для конкретных растениеводческих или животноводческих хозяйств с учетом специфики их производственной деятельности и стоящих перед ними задач (оптимизация посевов, разработка рациона кормления скота, борьба с сорняками и сельскохозяйственными вредителями и т. д.). [5]

Инвестиции первой группы могут осуществляться в рамках программ ГЧП. Данные инвестиции предполагают не только эффективное использование приобретаемого с их помощью оборудования и технологий, но и высокую цифровую грамотность фермеров, а также наличия программ банковского кредитования фермерских хозяйств, в том числе и льготного, разработки логистических цепочек, создания сельскохозяйственных бирж, дилерских структур.

Во втором случае перечисленные выше цифровые услуги не требуют крупных инвестиций, поскольку относятся к числу высоко масштабируемых технологий. Они являются доступными для приобретения практически для всех фермерских хозяйств без предварительного финансирования, также они не требуют глубоких знаний в области информационных технологий.

Третья группа инвестиций относится к осуществляемым преимущественно на местном уровне. В данном случае необходимо обучение фермеров новым для них технологиям и аналитике с привлечением специалистов в соответствующих областях, имеющих опыт совместной работы с фермерами в области цифровых сельскохозяйственных технологий.

Выводы

Современное сельское хозяйство вступило в эпоху новой технологической революции, превращающей АПК в один из самых высокотехнологичных секторов экономики. Переход к «умному сельскому хозяйству», основанному на цифровизации, использовании искусственного интеллекта и Интернета вещей в России не только позволит модернизировать АПК страны и ее регионов, многократно повысить производительность труда в отрасли и вывести ее на передовые позиции в хозяйственном комплексе страны, но и будет способствовать обеспечению продовольственной безопасности на федеральном и региональном уровне, развитию экономики

аграрных регионов, повышению уровня и улучшению качества жизни на селе. Рост экологичности аграрного производства благодаря использованию точного земледелия и обеспечиваемая за его счет защита ландшафтов и экосистем может стать важным фактором устойчивого развития сельских территорий, поможет сохранить земельные ресурсы для будущих поколений.

Библиографический список

1. *Силаева, Л. П., Манжосова, И. Б.* Теоретико-методологические основы модернизации сельского хозяйства в условиях перехода к цифровой экономике // На страже экономики. — 2019. — № 1 (8). — С. 42.

2. *Ожегов, С. И.* Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https:// slovarozhegova.ru.

3. *Манжосова, И. Б.* Формирование стратегии модернизации сельского хозяйства в условиях цифровой экономики : дис. д. э. н. — Ставрополь, 2019. — С. 74.

4. *Меняйкин, Д. В. Таланова, А. О.* Информационные системы и их применение в АПК // Молодой ученый. — 2017. — № 5. — С. 149.

5. *Анищенко, А. Н.* «Умное» сельское хозяйство как перспективный вектор роста аграрного сектора российской экономики // Продовольственная политика и безопасность. — 2019. — № 2. — Т. 6. — С. 97–108.

Bibliographic list

1. *Silaeva, L. P., Manzhosova, I. B.* Theoretical and methodological foundations of modernization of agriculture in conditions of transition to digital economy // On guard of economy. — 2019. — № 1 (8). — P. 42.

2. *Ozhegov, S. I.* Explanatory dictionary of Russian language [Electronic resource]. — Mode of access: https:// slovarozhegova.ru.

3. *Manzhosova, I. B.* Formation of strategy of modernization of agriculture in digital economy : dis. Of PhD in Economics. — Stavropol, 2019. — P. 74.

4. *Menyakin, D. V., Talanova, A. O.* Information systems and their application in agriculture // Young scientist. — 2017. — № 5. — P. 149.

5. *Anishchenko, A. N.* «Smart» agriculture as a promising vector of growth of agricultural sector of Russian economy // Food policy and security. — 2019. — № 2. — Vol. 6. — P. 97–108.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

А. У. Альбеков, Я. И. Куринова

ИССЛЕДОВАНИЕ ОПЫТА РЯДА ГОСУДАРСТВ ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация

В статье исследуется сложившаяся практика и существующий опыт поддержки малого и среднего предпринимательства на постсоветском пространстве на примере Республик Беларусь, Киргизия и Армения. Сделаны выводы о направленности и текущей результативности осуществляемых мероприятий. Отмечается актуальность подобного мониторинга для России, выступающей партнером государств постсоветского пула, предпринимательские структуры которого сотрудничают и должны понимать специфику происходящих процессов.

Ключевые слова

Опыт, исследования, поддержка, малые предприятия, средние предприятия.

A. U. Albekov, Ya. I. Kurinova

RESEARCH OF EXPERIENCE OF NUMBER OF POST-SOVIET STATES IN DIRECTION OF SUPPORTING SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

Annotation

Article examines the current practice and existing experience of supporting small and medium-sized businesses in post-Soviet space on example of Republics of Belarus, Kyrgyzstan and Armenia. Conclusions are drawn about direction and current effectiveness of activities carried out. Relevance of such monitoring is noted for Russia, which is a partner of post-Soviet pool states, whose business structures cooperate and should understand specifics of ongoing processes.

Keywords

Experience, research, support, small enterprises, medium-sized enterprises.

Введение

Для многих государств постсоветского пространства развитие малого предпринимательства имеет решающее значение в аспекте прироста возможностей национальной конкурентоспособности. Осуществляемые данными государствами инициативы и практические решения представляются интересными для аналитического рассмотрения с учетом общего опыта хозяйствования и сохраняющихся партнерских взаимодействий между отдельными экономическими агентами и социально-экономическими системами в целом. Это обстоятельство актуализирует исследование реализуемой в них политики в отношении поддержки малого предпринимательства, что стало целевой установкой данной статьи.

Материалы и методы

В нацеленности на исследование опыта ряда государств постсоветского пространства в направлении поддержки

малого предпринимательства нами анализируются инициативы (на основе соответствующих программных документов) и результаты действий (определяемые структурой и вкладом МСП) в рамках такой поддержки в Республиках Беларусь, Киргизия и Армения. Нами использованы такие методы, как: описания, сравнения, анализа и синтеза исследовательских данных.

Обсуждение

Вопросы исследования развития малого и среднего бизнеса на постсоветском пространстве считаются актуальными, что прослеживается исходя из публикуемых учеными работ на соответствующую тематику [5, 10]. При этом ряд специалистов, с мнением которых мы согласны, предполагают, что данные процессы необходимо отслеживать с точки зрения понимания вовлеченности и мотивации для ведения такой инициативной деловой активности [2, 3].

Результат

Одной из анализируемых в рамках исследуемых установок стран стала Республика Беларусь, в которой доля МСП в ВВП страны невелика. По данным за 2019 г. она составила 26,1 %, что, тем не менее, демонстрирует рост, так как в 2018 г. она составила 24,6 % [1]. Мы можем обоснованно предположить, что указанный рост является во многом производной от реализуемой политики поддержки МСП.

Регуляторная деятельность в отношении малого и среднего предпринимательства реализуется в Республике на основе принятого 1 июля 2010 г. Закона «О поддержке малого и среднего предпринимательства» [4] (далее — Закон о МСП РБ).

К декларируемым и реализуемым целевым установкам в сфере поддержки МСП относят следующие (рис. 1).

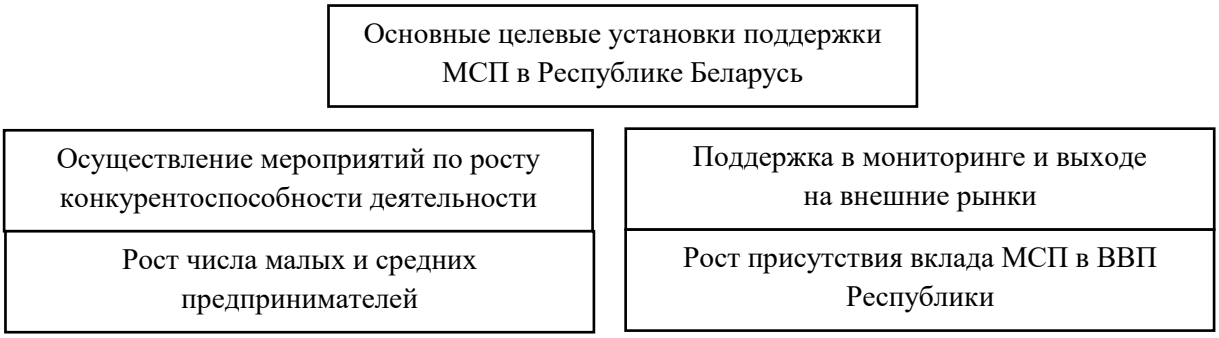


Рисунок 1 — **Основные целевые установки поддержки МСП в Республике Беларусь** [4]

Среди мер поддержки приоритетными выступают решения в области льгот в части налогообложения, финансовой отчетности, снижения административных барьеров, поиск партнеров и инвесторов, а также консультационная, информационная, финансовая и иная поддержка.

Динамика количества малых и средних предприятий в Республике Беларусь в период с 2010 по 2019 гг. представлена на рисунке 2.

Из приведенных на рисунке 2 данных видно, что в Республике, очевидно, предпринимаются меры по стимулированию создания бизнеса без образования юридического лица, о чем свидетельствует превалирование числа таких предпринимателей над теми, кто создает ЮЛ.



Рисунок 2 — **Динамика количества малых и средних предприятий в Республике Беларусь в период с 2010 по 2019 гг., ед.** [7]

Можно также отметить, что среди последних превалируют малые предприятия и микропредприятия, тогда как организации среднего бизнеса имеют незначительную долю. Для визуализации указанной информации приведем данные по структурному анализу малого бизнеса Республики Беларусь по категориям (рис. 3).

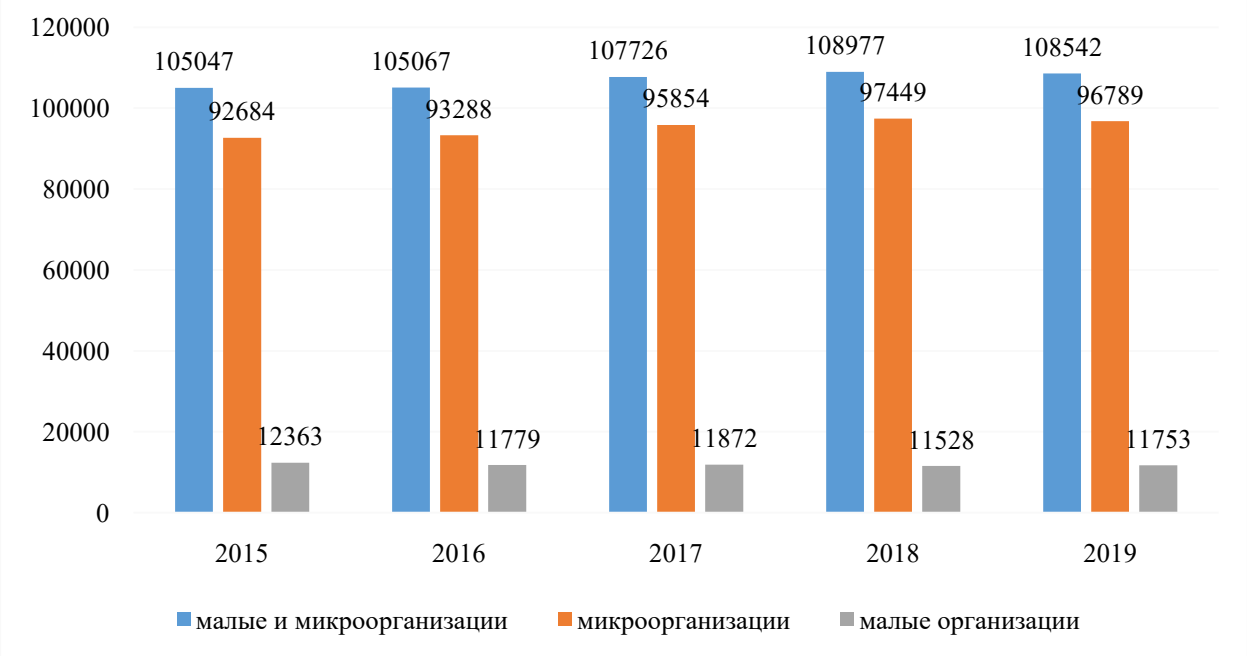


Рисунок 3 — **Распределение малых организаций по категориям в Республике Беларусь в период с 2015 по 2019 гг.** [7]

Данные рисунка 3 указывают на то, что в составе юридических лиц — субъектов малого предпринимательства подавляющее число организаций — микропредприятия, иных малых организаций значительно меньшее количество. Таким образом, в Республике Беларусь прослеживается тенденция, согласно которой основная часть субъектов малого и среднего бизнеса — это микропредприятия, доля которых составляет более 87 %.

На рисунке 4 представлен анализ количества работников, занятых на микро-, малых и средних предприятиях Республики Беларусь и доли этих категорий МСП в выручке от производимой ими продукции.



Рисунок 4 — **Количество работников и выручка от реализации продукции в микро-, малых и средних организациях Республики Беларусь в 2019 г.** [7]

Согласно представленным данным можно сделать вывод, что занятость в микро-, малых и средних организациях в Беларуси примерно сопоставима: 8,7 % работников трудятся на микропредприятиях, 10,4 % — на малых и 8,3 % — на средних.

Выручка от реализации продукции субъектов МСП в 2019 г. достигла 142 953 млн руб. — 39,6 %, что в долевом отношении составило от общереспубликанского показателя. Доля микропредприятий в объеме выручки от реализации товаров, работ, услуг составила 10,7 %, малых предприятий — 20,2 %, средних предприятий — 8,7 %.

Полагаем, что в Республике Беларусь основная доля продукции производится и реализуется малыми организациями.

Представленные структуры являются наиболее эффективно функционирующими из всех субъектов МСП в Беларуси. Это, с нашей точки зрения, свидетельствует о создании наиболее благоприятных условий ведения бизнеса для данной категории субъектов предпринимательства со стороны государства.

Можно также привести в пример опыт другого государства постсоветского пространства — Киргизии, в котором присутствует дифференциация количества сотрудников малых предприятий в зависимости от сферы и вида деятельности организации (рис. 5).



Рисунок 5 — **Дифференциация количества сотрудников малых предприятий в зависимости от сферы и вида деятельности организации** [8]

В Киргизии нет разделения на малые предприятия и микропредприятия, выделяют только малые предприятия, к которым относят организации исходя из количества работающих сотрудников согласно данным, приведенным выше. Одним из основополагающих документов в плане поддержки малого и среднего бизнеса является Программа развития Киргизской Республики на 2018–2022 гг. «Единство, доверие, созидание» [9]. К основным направлениям поддержки принято относить содействие созданию необходимой инфраструктуры, налоговых, финансовых и иных льгот, содействие выходу на зарубежные рынки, упрощение процедур регистрации, отчетности и т. д., а также помощь в подготовке кадров и приобретении предпринимательских компетенций.

На рисунке 6 проиллюстрирована динамика субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Кыргызстан в период с 2010 по 2017 гг.



Рисунок 6 — **Динамика субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Кыргызстан в период с 2010 по 2019 гг., ед.** [8]

Согласно приведенным данным можно отметить значительное преобладание в структуре субъектов малого и среднего бизнеса в Кыргызстане крестьянских (фермерских) хозяйств[1] и индивидуальных предпринимателей. Количество малых и средних предприятий значительно меньше. Таким образом, в Кыргызстане преобладают субъекты, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, преимущественно в сфере сельского хозяйства.

Интересным, с нашей точки зрения, представляется также опыт Республики Армения, в которой малый и средний бизнес в сфере экономики занимает ведущие позиции, определяет экономические показатели развития страны, оказывая качественное влияние на ВВП, оказывает значительное влияние на уровень занятости [6].

Базовым документом социально-экономического развития Республики Армения является Стратегия социально-экономического развития страны на 2014–2025 гг., (далее — Стратегия) она является логичным продолжением Стратегии развития сектора МСП на 2016–2018 гг. и четко отражает «стратегию роста» ЕС «Европа 2020». Приоритетным направлением Стратегии является развитие частного сектора и МСП, повышение их конкурентоспособности, занятости населения и развитие инноваций в определенных целевых приоритетных секторах — пищевая промышленность и туризм. В этих секторах Армения имеет высокий потенциал роста по данным маркетингового исследования [11].

Пищевая промышленность — одна из важнейших отраслей экономики Армении. Пищевая промышленность Армении достаточно диверсифицирована и включает почти все отрасли от выращивания до переработки винограда, фруктов и овощей, молочных продуктов и табака. Однако производственных мощностей по переработке пищевых продуктов недостаточно. Пищевая промышленность Армении сталкивается с ограничениями, связанными как с внутренним спросом, так и с экспортным потенциалом. Ключевым фактором, сдерживающим внутренний рынок, является количество и качество внутренних поставок. Отсутствие структурированных холдинговых цепей также является серьезным препятствием для обоих рынков, это критически важно для улучшения качества продукции и соответствия экспортным стандартам качества для расширения экспорта. Для нескольких мелких поставщиков это сложно организовать, обеспечить необходимое количество аналогичного качества и требует дорогостоящего отслеживания системы отслеживания продукции. Это увеличивает общую стоимость первичной продукции. Эти факторы имеют прямое влияние на конкурентоспособность затрат. МСП плохо осведомлены о конечных рынках, что приводит к ограниченным продажам, ограниченной диверсификации рынков и влияет на качество продукции. В то же время имеющиеся производственные мощности в указанном секторе обладают большим потенциалом для развития малых и средних предприятий, ведущих к развитию сектора и увеличению объема производства.

Туризм — одна из самых динамично развивающихся отраслей экономики Армении. Богатое историческое наследие, культура национальной кухни, природные ресурсы, уникальное религиозное и культурное наследие представляет огромный интерес для туристов из разных стран. Армения занимает 89-е место из 141 страны в рейтинге путешествий и туризма и имеет значительный потенциал роста в таких секторах, как экология, приключения, зимний туризм, культура и т. д. Развитие туристического сектора будет способство-

[1] Включая индивидуальных предпринимателей, занимающихся сельскохозяйственной деятельностью.

вать развитию социальной и экономической устойчивости сельских сообществ, обеспечит получение стабильного дохода, обеспечит занятость населения и сократит миграцию из сельских районов. Наиболее перспективные для развития пищевой промышленности и туризма Армавирский район, Лорийский район, Сюникский район. На конец 2018 г. в Армении было зарегистрировано 75 тыс. малых предприятий, что составляет 98 % от общего количества активного бизнеса в Армении.

Основные МСП сосредоточены в Ереване (53 %), затем в Армавире (7 %), Котайке (7 %) и Лори (6 %), меньше МСП работают в Арагацотне, Вайоц Дзоре и Тавуше (2–3 %). Большинство МСП (58,7 %) занято в оптово-розничном секторе, при этом 97 % относятся к категории микробизнеса. В Лори работает около 4500 малых и средних предприятий; около 5250 субъектов малого бизнеса в Армавире; около 3750 в Сюнике [11]. По экспертным оценкам, содержащимся в докладе «MARKET RESEARCH Food Processing and Tourism Sectors of Lori, Syunik and Armavir Regions of Armenia and Road-Side Station to be established in Lori region of Armenia» успешное устойчивое развитие малого бизнеса в агросфере возможно при присоединении к глобальной цепочке создания стоимости, повышении.

Выводы

Опыт ряда стран на постсоветском пространстве представляется нам интересным, так как эти государства выступают партнерами России в различных транзакциях. Нами рассмотрены сложившиеся и проявившиеся инициативы, реализуемые в Республике Беларусь, Республике Киргизстан и Республике Армения.

Нам представляется, что опыт Республики Беларусь в части поддержки малого и среднего предпринимательства следует считать положительным. Следует также отметить, что доля в структуре предпринимательства микроорганизаций и средних организаций в Беларуси не является очень маленькой и вполне сопоставима с показателями малых организаций. Полагаем, что относительно равномерное развитие всех видов субъектов МСП говорит о сбалансированности проводимой политики государства в отношении малого и среднего бизнеса.

В Республике Киргизия есть определенные особенности, сопряженные с отсутствием выделения микропредприятий в структуре МСП, однако общий характер предпринимаемых действий сопоставим по направленности с реализуемым в других государствах, например, Белоруссии.

В Республике Армения, в свою очередь, прослеживается большая конгруэнтность в процессы, происходящие в странах ЕС, в том числе в части осуществления поддержки малого и среднего бизнеса, что нашло отражение в соответствующих стратегических документах.

В дальнейшем необходим регулярный мониторинг форматов и направлений поддержки в сегменте МСП на постсоветском пространстве для понимания сути происходящих процессов и поиска приемлемых компромиссов во взаимодействии с российским предпринимательским сегментом.

Библиографический список

1. БЕЛТА [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.belta.by.

2. *Бондаренко, В. А., Куринова, Я. И., Механцева, К. Ф.* вопросы осуществления государственной поддержки предпринимательских структур в России и ряде зарубежных стран // Экономика устойчивого развития. — 2021. — № 1 (45). — С. 164–167.

3. *Верховская, О. Р., Александрова, Е. А.* Индекс мотивации предпринимательской активности и институциональная среда [Электронный ресурс] // Вестник СПбГУ. Сер. Экономика. — 2018. — № 4.

4. О поддержке малого и среднего предпринимательства : [Закон Республики Беларусь от 01.07.2010 № 148-З (ред. от 18.01.2018)].

5. *Исмаилова, Л. Г.* К вопросу развития предпринимательства в странах постсоветского пространства // Наука, техника и образование. — 2020. — № 7 (71).

6. Направления государственного регулирования малого и среднего предпринимательства в Республике Армения // Лидерство и менеджмент. — 2018. — № 2. — Т. 5. — С. 77–83.

7. Национальный статистический комитет Республики Беларусь «Малое и среднее предпринимательство». — Минск, 2020.

8. Официальный сайт Национального статистического комитета Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.stat.kg/ru/statistics/maloe-i-srednee-predprinimatelstvo.

9. Программа развития Кыргызской Республики на период 2018–2022 гг. «Единство, доверие, созидание». — Бишкек, 2018.

10. *Чепуренко, А.* Предпринимательская активность в постсоциалистических странах Европы: методология и ограничения исследования // Форсайт. — 2017. — № 3.

11. Market research Food Processing and Tourism Sectors of Lori, Syunik and Armavir Regions of Armenia and Road-Side Station to be established in Lori region of Armenia [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://smednc.am.

Bibliographic list

1. BELTA [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.belta.by.

2. *Bondarenko, V. A., Kurinova, Ya. I., Mekhantseva, K. F.* Issues of state support of entrepreneurial structures in Russia and number of foreign countries // Economics of sustainable development. — 2021. — № 1 (45). — P. 164–167.

3. *Verkhovskaya, O. R., Alexandrova, E. A.* Index of motivation of entrepreneurial activity and institutional environment // Bulletin of SPbSU. Ser. Economics. — 2018. — № 4.

4. On support of small and medium-sized businesses : [Law of Republic of Belarus № 148-Z from 01.07.2010 (ed. of 18.01.2018)].

5. *Ismailova, L. H.* On the issue of entrepreneurship development in the post-Soviet countries // Science, Technology and Education. — 2020. — № 7 (71).

6. Directions of state regulation of small and medium-sized entrepreneurship in Republic of Armenia // Leadership and Management. — 2018. — № 2. — Vol. 5. — P. 77–83.

7. National Statistical Committee of Republic of Belarus «Small and medium-sized entrepreneurship». — Minsk, 2020.

8. Official website of National Statistical Committee of Kyrgyz Republic [Electronic resource]. — Mode of access: http://www.stat.kg/ru/statistics/maloe-i-srednee-predprinimatelstvo.

9. Development Program of Kyrgyz Republic for the period 2018–2022 «Unity, Trust, Creation». — Bishkek, 2018.

10. *Chepurenko, A.* Entrepreneurial activity in post-socialist countries of Europe: methodology and limitations of study // Foresight. — 2017. — № 3.

11. Market Research Food Processing and Tourism Sectors of Lori, Syunik and Armavir Regions of Armenia and Road-Side Station to be established in Lori region of Armenia [Electronic resource]. — Mode of access: https://smednc.am.

М. Ф. Афанасьева, Е. В. Писарева

СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧНЫЕ СТАНДАРТЫ МАРКЕТИНГА КАК ЭЛЕМЕНТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЦЕННОСТИ ВУЗА

Аннотация

В статье исследуется значение социально-этичных стандартов маркетинга (СЭСМ), добровольно разрабатываемых университетами для ведения работы с обучающимися и партнерами, что проявляется в осуществлении третьей миссии. Отмечается, что в российской действительности такая работа университетами ведется, но требует дальнейшего развития и проработки. Сделан вывод о существенном значении социально-этичных стандартов маркетинга вуза для упрочнения его потребительской ценности и необходимости бенчмаркинга СЭСМ в части выбора лучшей управленческой практики для университета.

Ключевые слова

Социально-этичные стандарты маркетинга, потребительская ценность, вуз.

M. F. Afanasyeva, E. V. Pisareva

SOCIO-ETHICAL MARKETING STANDARDS AS ELEMENT OF CONSUMER VALUE OF UNIVERSITY

Annotation

Article explores the importance of socio-ethical marketing standards (ESM), voluntarily developed by universities to work with students and partners, which manifests itself in the implementation of the third mission. It is noted that in Russian reality, such work is being carried out by universities, but requires further development and elaboration. Conclusion is made about essential importance of socio-ethical marketing standards of university for strengthening its consumer value and the need for benchmarking of SES in terms of choosing the best management practice for university.

Keywords

Socio-ethical marketing standards, consumer value, university.

Введение

Для университетов сегодня значимым является репутационный актив, связанный не только с привлечением обучающихся, но также с осознанием ими того факта, что они сделали осознанный правильный выбор будущей профессии, не испытывали разочарования, видели результаты своего обучения при ведении проектной деятельности, сотрудничестве вуза с индустриальными партнерами, решении значимых для города (региона, его жителей) проблем. В таком ключе важным представляется построение потребительской ценности вуза, неотъемлемым элементом которой выступает маркетинговая составляющая, но не в формате интенсификации продаж, роста спроса на те или иные образовательные сервисы, а ответственная позиция в рамках социально-этичной маркетинговой концепции. Это, на наш взгляд, актуализирует исследование такого вопроса, как социально-этичные стандарты маркетинга (СЭСМ), разрабатываемые вузом на добровольной основе и отслеживаемые лучшие практики университетов на основе бенчмаркинга СЭСМ.

Материалы и методы

В статье в рамках исследования роли социально-этичных стандартов маркетинга в качестве элемента потре-

бительской ценности вуза рассмотрены взгляды ученых на роль маркетинга в высшей школе, понимания сущности современного университета в качестве социально ответственной корпорации, осуществления вуза третьей миссии (вовлеченной, развивающей), что позволило обосновать факторы мультипликации потребительской ценности социально ответственного поведения. Использованы методы научного поиска, описания, сравнения, анализа и синтеза исследуемых данных и формирования обоснованных выводов.

Обсуждение

Характеризуя работу высшей школы, исследователи отмечают значение маркетинговой составляющей, как для делового сегмента образования, так и для работы в части образовательной и научно-исследовательской составляющей с бакалаврами и магистрами [1, 12]. Маркетинг рассматривается в качестве средства минимизации рисков для университетов в части построения взаимоотношений с обучающимися [2].

В части анализа востребованных для обучающихся компетенций исследователи выделяют языковую подготовку, позволяющую проходить стажировки в зарубежных университетах и реализовывать междисциплинарные проекты [4, 5].

Кириллова Т. предлагает рассматривать современный университет в формате не только осуществления маркетинговых практик, а прежде всего, в ключе корпорации социальной ответственности [6]. Мы считаем, что этот подход является оправданным, и в его рамках социальная ответственность университета проявляется в оказании качественных услуг, основных — образовательных, и неосновных, сопутствующих. Вузы участвуют в положительном преобразовании территории своей локализации за счет участия в различных проектах, пропаганде патриотического воспитания, вовлечения студентов в экологическое мышление, участвуют в безвозмездной помощи (правовой, консультативной в различных сферах) для разных слоев населения.

Результат

Модель современного вуза как корпорации социальной ответственности, функционирующей сообразно концепции социально-этичного маркетинга (со встроенным функционалом бенчмаркинга для выявления лучшей практики и следования ей), можно отобразить следующим образом (рис. 1).

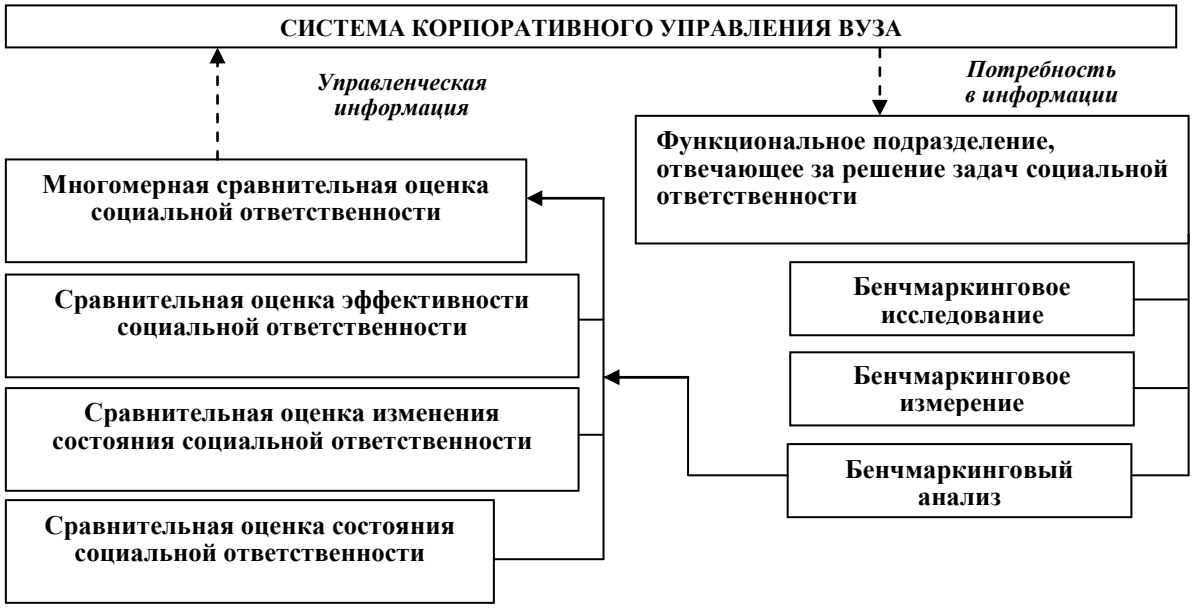


Рисунок 1 — **Блок-схема системы бенчмаркинга социально-этичных норм организации высшего образования**

Высшие учебные заведения призваны осуществлять расширенную миссию в современном обществе. Их называют двигателем развития экономики, выполняющим важные функции совершенствования человеческого интеллектуального капитала, развития инновационной инфраструктуры и содействия производству инновационных продуктов и сервисов [7, 13]. Именно об этой роли во многом свидетельствует рейтинг «Три миссии университета» [11].

Высшие учебные заведения сегодня представляют собой, прежде всего, площадку приобретения знаний, «точку контакта» различных организаций, предпринимательский центр (в рамках которого воплощают свои идеи обучающиеся под руководством наставников), место преодоления заблуждений и поиска новых ресурсов для развития, организацию, соучаствующую перспективным проектам в регионе [9]. В данной связи бенчмаркинг должен четко обозначить, почему социально ответственной корпорацией в сфере образования выгодно быть как для развития самой организации, так и для улучшения имиджа в местном сообществе, отстройки от вузов-конкурентов, повышения привлекательности в глазах целевой аудитории. Методическое построение бенчмаркинга СЭСМ, предполагающее внутренний и внешний аудит и оценку программ социальной ответственности университетов, позволяет получить более высокий уровень обоснования разрабатываемых в рамках социально ориентированного маркетинга рекомендаций.

Оценка методических основ бенчмаркинга СЭСМ обеспечит более глубокий уровень понимания целей и задач аудита и оценки социальной ответственности бизнеса, значимости аудита и оценки для развития вузов, которым необходимо сопрягать маркетинговую деятельность с корпоративной социальной политикой. Именно здесь формируется более расширенное представление о том, насколько важен этот этап для улучшения коммуникации внутри делового образовательного сообщества, и понимания уровня эффективности такого рода деятельности и ее планирования на будущее. Университеты функционируют в качестве ответственных партнеров по развитию территории, на которой они локализованы [3].

Интеграция бенчмаркинга СЭСМ в традиционную модель управления вузом становится возможной в силу того, что маркетинговая политика реагирования на запросы общества должна быть стратегически увязана с экономическими интересами образовательной организации. Прежде всего, это относится к формированию понимания того, что ответственная социальная активность деловой практики образовательного учреждения формирует собственную потребительскую ценность.

Реализовываться такие решения могут на основе формирования моделей университетов нового типа: предпринимательского высшего учебного заведения, высшего учебного заведения как инициатора создания региональной инновационной системы, высшего учебного заведения с новой формой производства знаний и вовлеченного вуза [9]. Вовлеченный университет демонстрирует максимально возможную социальную ответственность и нацеленность на добровольное применение социально-этичных стандартов маркетинга в своей деятельности [13].

Выделение СЭСМ в качестве ведущего элемента социально ответственного поведения должно акцентировать внимание на достижение ряда социально-экономических эффектов от реализации социальных мероприятий.

В настоящее время общая связь социальной ответственности организации и ее деловой репутации, отраженная на рисунке 2, проявляется все более отчетливо, но необходимо понимание усиления роли данной связи. Это усиление обусловлено повышением степени замещения государственного патернализма социальной ответственностью организаций в виде частных альтернатив.



Рисунок 2 — **Связь социальной ответственности образовательной организации и ее деловой репутации**

Развитие процессов замещения государственного регулирования социальной сферы механизмами социальной ответственности образовательной системы и бизнеса в значительной степени определяется имманентными социально-экономическими предпосылками воспроизводства всей общественной структуры. Для значительной традиционной структуры российской экономики, в которой велика роль крупных учебных заведений и игнорирование вопросов социального обеспечения населения с их стороны не представляется возможным, такие предпосылки формируют благоприятные условия для стимулирования социально ответственного поведения. Поддержать эти исторически сложившиеся стимулы социальной ответственности можно на основе развития СЭСМ.

В целом, рассматривая процессы развития социальной ответственности вузов, можно констатировать их усиление, обусловленное снижением регулятивной роли государства и обретением потребительской ценности социально-этичных действий, развиваемых по причине функционирования вузов в высококонкурентной среде, и наличием у них рыночных целей и целей содействия общественному развитию и положительному эволюционированию территорий, поскольку образовательный сегмент, сам по себе, является социально значимым. В совокупности эти факторы развития представлены на схеме (рис. 3).

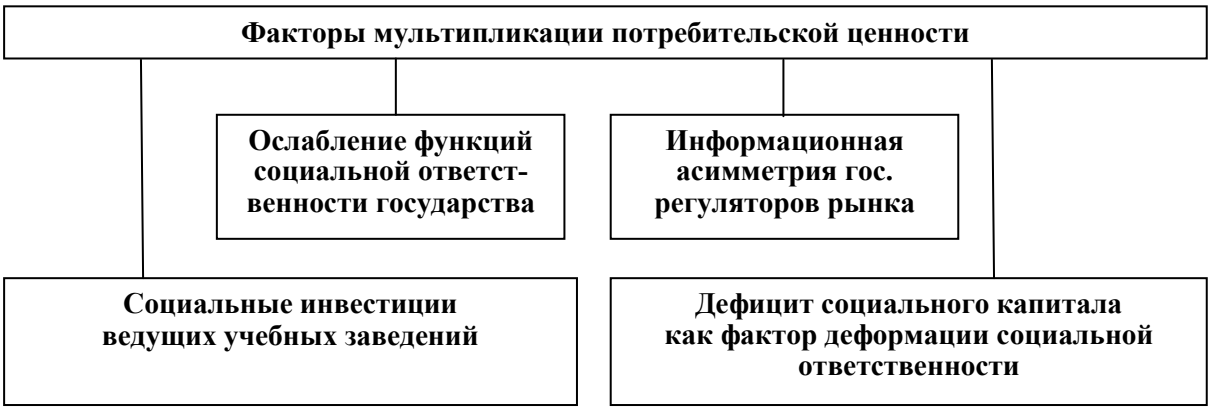


Рисунок 3 — **Факторы мультипликации потребительской ценности социально ответственного поведения**

Отмеченные на схеме информационная асимметрия государственных регуляторов рынка и дефицит социального капитала отражают существующие проблемы в развитии социально-этичных норм маркетинга. В то же время потенциал социально-этичного маркетинга еще не раскрыт в полной мере. В данной связи в части социально-этичного маркетинга роль университетов как корпораций социальной ответственности в преобразующем развитии территорий проявляется в части предложения и обоснования общественно значимых социальных программ, повышения качества и уровня жизни населения за счет поддержки востребованных образовательных и консультативных проектов, поддержки незащищенных слоев населения, оказания адресной помощи обучающимся и сотрудникам, прозрачности всей деятельности для внешних аудиторий: потенциальных обучающихся, работодателей, властей в регионе, возможных инвесторов и т. д.

В масштабах экономики развитие бенчмаркинга в сфере социально-этичного маркетинга позволит укрепить его экономические позиции как прогрессивной частной альтернативы государственному регулированию экономики. Для решения этой задачи необходимо развитие приемов и методов бенчмаркинговых измерений, распространение данных методик на основные мероприятия по продвижению социально-этичных норм ведения бизнеса. Все это требует уточнения и совершенствования практического инструментария бенчмаркинга, его детализацию для решения задач использования СЭСМ в системе управления организациями, прежде всего, относящимися к сфере конститутивных сервисных услуг. В отмеченном аспекте важным представляется понимание того, что является маркетинговым стандартом и каким образом маркетинговый стандарт, в нашем случае добровольный социально-этичный стандарт маркетинга (СЭСМ), может быть встроен в работу современного университета.

В случае исследования составляющих добровольного стандарта социально-этичного маркетинга необходимо понимание его наполнения, этапов и реализуемых мероприятий, вовлеченности служб и подразделений в социально-этичную маркетинговую деятельность, оценка участия сотрудников в такой деятельности и порядок определения результатов их участия и организации в целом.

По нашему мнению, для понимания наличия социально-этичной составляющей в работе вуза, реализации социально-этичного маркетинга оправданным представляется проводить анализ готовности осуществления вузом «третьей миссии» (что отражается в программе развития университета), которая свидетельствует об определенной степени вовлеченности в решение социальных проблем на территории локализации вуза или даже за ее пределами.

Выводы

В программах ряда университетов напрямую не звучат все вопросы, сопряженные с «третьей миссией», которая может быть положена в основу оценки реализации социально-этичного маркетинга и внедрения его стандартов в вузах. В большинстве флагманских вузов практически все выделенные элементы в программах присутствуют, но не все определены в качестве приоритета [10]. Кроме того, обращает на себя внимание то обстоятельство, что формулировки, используемые в программах, стратегиях региональных вузов, содержат общие формулировки, не обладающие достаточной конкретикой, что предполагает доработку с точки зрения методического обеспечения и практических алгоритмов работы вузов. Такая конкретизация необходима для идентификации, реализуемой в рамках «третьей миссии» деятельности, вовлеченности, осуществления социально-этичного маркетинга на основе декларируемых СЭСМ.

Подразумевая все аспекты работы университетов, акцентируем внимание на профориентационной работе (потенциально включающей в себя работу с широкими аудиториями), поскольку для классических университетов, выступающих в качестве социально ответственных корпораций, значение профессиональной ориентации является ключевым, так как оно отражается на их рыночной устойчивости и, в свою очередь, должно опираться на социальную ответственность, то в настоящем исследовании практика использования бенчмаркинговых измерений разрабатывается нами далее применительно к маркетингу профориентационных услуг. Считаем, что в будущем вузы будут вовлечены в процесс добровольного построения СЭСМ, что позволит им выбирать лучшие управленческие практики по взаимодействию с обучающимися и партнерами, что обеспечит прирост потребительской ценности вуза.

Библиографический список

1. *Бондаренко, В. А.* Маркетинг услуг высшего и делового образования: реалии, проблемы и перспективы развития : моногр. — Ростов-на-Дону, 2006.

2. *Бондаренко, В. А.* Маркетинговое сопровождение образовательных услуг как средство снижения рисков высшего учебного заведения // Практический маркетинг. — 2005. — № 11 (105). — С. 14–19.

3. *Голубев, С. В., Новикова, Т. Г., Светенко, Т. В.* Университет как социально ответственный партнер территории (По материалам проекта «Университет и сообщество»). — М., 2011.

4. *Казначеева, С. Н., Бондаренко, В. А.* специфика мотивов изучения иностранного языка студентами неязыковых направлений Мининского университета // Вестник Мининского университета. — 2016. — № 3 (16). — С. 1.

5. *Казначеева, С. Н., Бондаренко, В. А.* Исследование готовности студентов неязыковых направлений использовать сетевые ресурсы при обучении иностранным языкам // Вестник Мининского университета. — 2018. — № 2 (23). — Т. 6. — С. 8.

6. *Кириллова, Т. В.* Социальная ответственность современного вуза // Вестник УлГТУ. — 2007. — №4 (40).

7. *Кларк, Б. Р.* Создание предпринимательских университетов: организационные направления трансформации. — М., 2011.

8. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : моногр. / под общ. ред. И. Ю. Беляевой, М. А. Эскиндарова. — М., 2008. — С. 24.

9. *Кранзеева, Е. А.* Новые модели университетов: вклад в региональное развитие // Университетское управление: практика и анализ. — 2017. — № 5. — Т. 21. — С. 64–72.

10. *Кудряшова, Е. В., Сорокин, С. Э.* «Третья миссия» в программах развития российских университетов (на примере вузов Северо-Западного федерального округа) // Знание. Понимание. Умение. — 2019. — № 4.

11. О публикован Московский международный рейтинг вузов «Три миссии университета» за 2020 год [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://raex-a.ru/releases/2020/Aug27.

12. *Пржедецкая, Н. В.* Проектирование маркетингового управления инновационной моделью образования в условиях экономики развития // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. — 2014. — № 4–1.

13. *Gunasekara, C.* Reframing role of universities in development of regional innovation systems // Journal of Technology Transfer. — 2006. — № 31. — P. 101–113.

Bibliographic list

1. *Bondarenko, V. A.* Marketing of higher and business education services: realities, problems and prospects of development : monogr. — Rostov-on-Don, 2006.

2. *Bondarenko, V. A.* Marketing support of educational services as a means of reducing the risks of higher educational institution // Practical marketing. — 2005. — № 11 (105). — P. 14–19.

3. *Golubev, S. V., Novikova, T. G., Svetenko, T. V.* University as socially responsible partner of territory (Based on materials of University and Community project). — M., 2011.

4. *Kaznacheeva, S. N., Bondarenko, V. A.* Specifics of motives of learning a foreign language by students of non-linguistic directions of Mininsk university // Bulletin of Mininsk University. — 2016. — № 3 (16). — P. 1.

5. *Kaznacheeva, S. N., Bondarenko, V. A.* Research of readiness of students of non-linguistic directions to use network resources when teaching foreign languages // Bulletin of Mininsk University. — 2018. — Vol. 6. — № 2 (23). — P. 8.

6. *Kirillova, T. V.* Social responsibility of modern university // Bulletin of UlSTU. — 2007. — № 4 (40).

7. *Clark, B. R.* Creation of entrepreneurial universities: organizational directions of transformation. — M., 2011.

8. Corporate social responsibility: managerial aspect / ed. by I. Y. Belyaeva, M. A. Eskindarova. — M., 2008. — P. 24.

9. *Kranzeeva, E. A.* New models of universities: contribution to regional development // University management: practice and analysis. — 2017. — № 5. — T. 21. — P. 64–72.

10. *Kudryashova, E. V., Sorokin, S. E.* The third mission in development programs of Russian universities (on example of universities of North-Western Federal District) // Knowledge. Understanding. Ability. — 2019. — № 4.

11. About Moscow International University Ranking «Three University Missions» for 2020 has been published [Electronic resource]. — Mode of access: https://raex-a.ru/releases/2020/Aug27.

12. *Przhedetskaya, N. V.* Designing marketing management of innovative model of education in conditions of development economy // News of TulSU. Economic and legal sciences. — 2014. — № 4–1.

13. *Gunasekara, C.* Reframing role of universities in development of regional innovation systems // Journal of Technology Transfer. — 2006. — № 31. — P. 101–113.

В. И. Баранов, А. В. Агошкова

ВЗАИМОСВЯЗЬ ГОСУДАРСТВА И ЧАСТНОГО БИЗНЕСА В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ЗНАЧИМЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

Аннотация

В представленной статье раскрыта специфика выстраивания отношения между государством и частным бизнесом в рамках государственно-частного партнерства, охарактеризованы необходимые атрибуты процесса проектирования отношений, учитывающих взаимовыгодность участия, в результате которого рационально расходуются бюджетные средства и доходы, существенно повышая интерес обоих партнеров и увеличивая шансы реализации, представлены причины многогранного интереса частного бизнеса к государственно-частному партнерству, основанные на гарантиях получения прибыли, загрузки производственных мощностей под государственный заказ и перспектив долгосрочного сотрудничества, а также распределение количества соглашений о государственно-частном партнерстве в различных областях реализации.

Ключевые слова

Государство, частный бизнес, партнерство, проекты.

V. I. Baranov, A. V. Agoshkova

INTERACTION OF STATE AND PRIVATE BUSINESS IN IMPLEMENTATION OF SIGNIFICANT SOCIO-ECONOMIC PROJECTS

Annotation

Presented article reveals the specifics of building relations between the state and private business in the framework of public-private partnership, describes the necessary attributes of the relationship design process, taking into account the mutually beneficial participation, resulting in a rational use of budget funds and revenues, significantly increasing the interest of both partners and increase the chances of implementation, presents the reasons for the multifaceted interest of private business in public-private partnerships, based on guarantees of obtaining.

Keywords

State, private business, partnership, projects.

Введение

Государственно-частное партнерство — это такая форма взаимодействия государственных структур и представителей частных организаций бизнеса, в рамках которой возможно совмещение в проекте социальных целей и коммерческих. При этом государственно-частное партнерство — это еще и экономически эффективная форма инвестиций, поскольку объединяет потенциал и возможности обоих партнеров. Для этого требуется выполнение ряда принципиальных условий, на основе которых необходимо выстраивать отношения между государством и частным бизнесом в рамках государственно-частного партнерства.

Тщательная проработка необходимых атрибутов при проектировании взаимосвязи государства и частного бизнеса в рамках реализации значимых социально-экономических проектов существенно повышает интерес обоих партнеров и увеличивает шансы его реализации. Среди данных атрибутов можно выделить следующие:

«1) заключение всеобъемлющего контрактного договора, объединяющего ресурсы и компетенции государства и частного сектора;

2) взаимовыгодность участия, в результате которого рационально расходуются бюджетные средства, а доходы получает как государство в виде достижения общественно значимых целей и задач, так и частный сектор в виде прибыли на вложенный капитал;

3) эффективная финансовая схема, в которой оплата частному сектору организована таким образом, чтобы стимулировать его на достижение наиболее высоких результатов реализуемого проекта;

4) справедливая система распределения рисков и ответственности» [13].

Материалы и методы

«Анализ лучших мировых и российских практик инициации взаимосвязи государства и частного бизнеса в рамках реализации значимых социально-экономических проектов формирует представление о следующих выгодах привлечения частного бизнеса в проект для государства:

1. Экономия бюджетных ресурсов, при наличии высоких коммерческих перспектив формируются дополнительные поступления в бюджеты всех уровней.

2. Ускорение реализации государственных целей и задач за счет вовлечения большего количество новых участников со своими финансовыми, трудовыми, логистическими, интеллектуальными ресурсами в планируемые проекты.

3. Возможности построения комплексных программ управления реализацией множества проектов с учетом межотраслевой и территориальной сбалансированности.

4. Внедрение передового опыта и инноваций наиболее профессиональных участников рынка.

5. Активизация предпринимательства и повышение инвестиционного климата территорий реализации успешных государственно-частных партнерств.

6. Рациональное использование государственных ресурсов: финансовых, трудовых, территориальных.

7. Мультипликативный эффект: развитие смежных производств, обеспечение экономического роста и социальной стабильности.

8. Обеспечение интенсивного экономического роста: внедрение новых стандартов работы, развитие технического уровня производства и повышение квалификации рабочей силы.

Интерес частного бизнеса к государственно-частному партнерству также весьма многогранен и обеспечен следующими основными причинами:

1. Возможности получения прибыли с определенными гарантиями.

2. Получение разносторонней поддержки со стороны государства (налоговых преференций, помощи в подключении инженерно-транспортной инфраструктуры, получении разрешительной документации и т. д.), имеющего, помимо прочего, возможности влияния на макроэкономические условия.

3. Возможности осуществления долгосрочных капиталовложений, обеспечение, тем самым, гарантированной загрузки производственных мощностей под твердый государственный заказ.

4. Получение разного рода косвенных выгод от партнерства: усиление бренда, имиджа надежного партнера, получение защиты от недружественных поглощений, возможности построения заградительных барьеров для потенциальных конкурентов и т. д.

5. Перспективы долгосрочного сотрудничества: появляется возможность претендовать на новые проекты.

Результаты

Проекты государственно-частного партнерства, как правило, имеют сложную структуру и интегрируют в себе конгломерат различных интересов и правомочий партнеров. С одной стороны, государство как один из партнеров движимо интересом реализации общественно значимых функций, не забывая о необходимости бюджетной и народнохозяйственной эффективности, при этом оговаривает в соглашении свое право регулирования и контроля реализации проекта.

С другой стороны, частный бизнес как второй участник партнерства заинтересовано в получении коммерческой выгоды проекта, что тесным образом связано с эффективностью общего результата, зависимого от удовлетворенности конечных пользователей, т. е. населения. Поэтому необходимо добавить, что в проектах государственно-частного партнерства, особенно с точки зрения их успешности, важнейшую роль играет потребитель тех продуктов или услуг, которые создаются по проекту, выступая, по сути, третьим участником партнерства, интересы которого становятся определяющими при формировании и продвижении государственно-частного партнерства.

Если сфера приложения усилий государственно-частного партнерства относится к коммерческой деятельности (в отличие от сегмента реализуемых государством общественных интересов), то между партнерами вполне уместен и даже необходим торг о возможном разделе возникающих рисков, о характере делегируемых правомочий и условиях их передачи и использования.

На рисунке 1 представлено распределение количества соглашений о государственно-частном партнерстве в различных областях его реализации в 2020 г.

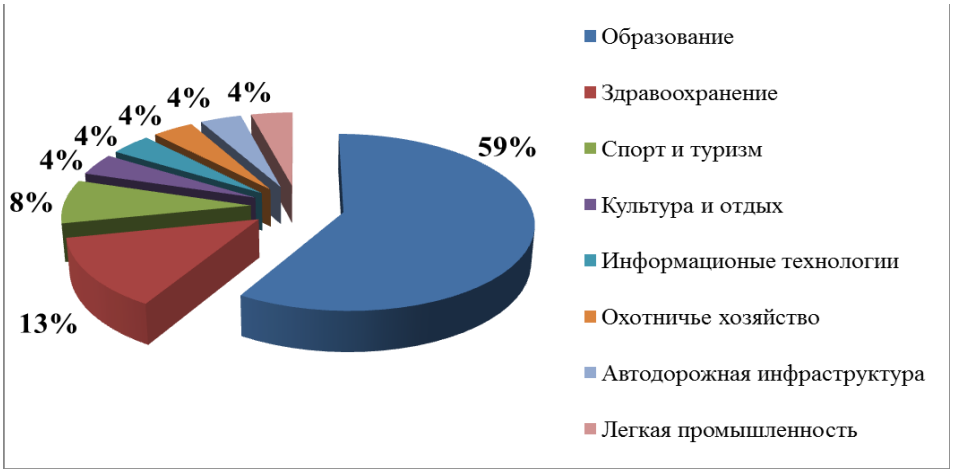


Рисунок 1 — **Распределение количества соглашений о государственно-частном партнерстве в различных областях реализации***

* *https://econ.lenobl.ru/ru/budget/partner*.

Согласно данным представленного рисунка, можно резюмировать, что наибольшее количество соглашений о государственно-частном партнерстве 59 % приходится на долю системы образования, 13 % — на здравоохранение, отрасли, являющиеся основой государственного устройства и гарантом будущего процветания каждого государства. 8 % соглашений о государственно-частном партнерстве приходится на спорт и туризм, остальные отрасли задействованы в приблизительно одинаковых не значительных долях.

Выводы

«Для реализации государственно-частного партнерства характерны следующие принципы:

– принцип общественной значимости (удовлетворение общественных интересов (социальная эффективность) при условии максимизации коммерческих интересов (экономическая эффективность));

– принцип срочности проекта (соблюдение сроков строительства, возврата заемных средств, окупаемости инвестиций и партнерства в целом);

– принцип справедливой системы распределения ответственности;

– принцип прозрачности (обеспечение обратной связи пользователей услугами с частными компаниями и государственными органами, контролирующими их работу)».

Доля участия государственных структур и бизнес-сообществ в реализации совместного многокомпонентного развития регионов РФ возрастает с каждым годом, и хотя последние несколько лет ситуация осложнена воздействием глобального мирового кризиса, вызванного COVID-19, число проектов, имеющих важное социально-экономическое значение, количественно и качественно возрастает с каждым годом.

Библиографический список

1. *Альбеков, А. У., Пархоменко, Т. В.* Детерминанты устойчивого роста логистических систем в условиях пандемии. Логистика vs COVID-19: последствия, риски, новые возможности роста : материалы междунар. науч.-практ. конф. XVI Южно-Российский логистический форум. 29–30 октября 2020 г. — Ростов-на-Дону, 2020.

2. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* Logistics creation of ecological efficiency for Russian economic under COVID-19. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. — Krasnoyarsk, 2021. — С. 2754–2759.

3. *Альбеков, А. У., Пархоменко, Т. В.* Перспективные направления развития логистических систем в условиях пандемии COVID-19 // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. — 2021. — № 1. — Т. 14. — С. 114–121.

4. *Дробот, Е. В., Макаров, И. Н., Назаренко, В. С., Манасян, С. М.* Влияние пандемии COVID-19 на реальный сектор экономики // Экономика, предпринимательство и право. — 2020. — № 8. — Т. 10. — С. 2135–2150.

5. https://www.rbc.ru/economics/09/09/2020/5f58e8699a794783405417fc.

6. Rethinking last-mile logistics, post-COVID-19: Facing the «next normal» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.automotiveworld.com.

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

8. *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. — С. 62–65.

9. *Аверкиева, Е. С.* Государственно-частное партнерство как институт стимулирования предпринимательской деятельности // JER. — 2017. — № 1.

10. *Акьюлов, Р. И.* Проблемы и перспективы управления развитием социальной сферы российских регионов на основе государственно-частного партнерства // Вопросы управления. — 2015. — № 5 (17).

11. *Стаценко, И. М.* Экономические предпосылки развития государственно-частного партнерства в Вологодской области // Экономика региона. — 2018. — № 3.

12. *Карпова, А. В.* Обоснование и разработка региональных форм государственно-частного партнерства в реализации инфраструктурных проектов : дисс. к. э. н. — Ростов-на-Дону, 2015.

Bibliographic list

1. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V.* Determinants of sustainable growth of logistics systems in pandemic // Logistics vs COVID-19: consequences, risks, new growth opportunities : proceedings of international scient.-pract. conf. XVI South-Russian logistics forum. — Rostov-on-Don, 2020.

2. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V., Polubotko, A. A.* Logistics creation of ecological efficiency for Russian economy under COVID-19 // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. — Krasnoyarsk, 2021. — P. 2754–2759.

3. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V.* Prospective directions of logistic systems development in conditions of COVID-19 pandemic // Bulletin of South-Russian State Technical University (NPI). Series: Socio-Economic Sciences. — 2021. — № 1. — T. 14. — P. 114-121.

4. *Drobot, E. V., Makarov, I. N., Nazarenko, V. S., Manasyan, S. M.* Impact of COVID-19 pandemic on real economy // Economics, Entrepreneurship and Law. — 2020. — Vol. 10. — № 8. — C. 2135–2150.

5. https://www.rbc.ru/economics/09/09/2020/5f58e8699a794783405417fc

6. Rethinking last-mile logistics, post-COVID-19: Facing the «next normal» [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.automotiveworld.com.

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

8. *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 : scientific notes. — Rostov-on-Don, 2020. — P. 62–65.

9. *Averkieva, E. S.* Public-private partnership as institution for stimulating entrepreneurial activity // JER. — 2017. — № 1.

10. *Akyulov, R. I.* Problems and prospects of management of development of social sphere of Russian regions on basis

of public-private partnership // Management issues. — 2015. — № 5 (17).

11. *Statsenko, I. M.* Economic prerequisites for development of public-private partnership in Vologda region // Regional Economy. — 2018. — № 3.

12. *Karpova, A. V.* Substantiation and development of regional forms of public-private partnership in implementation of infrastructure projects : diss. — Rostov-on-Don, 2015.

Т. В. Епифанова, И. В. Рудницкая

СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ПОСТКОРОНАВИРУСНОГО КРИЗИСА (НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация

В статье представлен структурный анализ состояния и развития экономики региона и системы предпринимательства Ростовской области за период 2017–2020 гг. и I полугодие 2021 г. Авторы дают оценку валового регионального продукта, интегрированных структурных показателей состояния и интенсивности развития малого и среднего предпринимательства, учитывая влияние и последствия пандемии-2020 (посткоронавирусный кризис). Определена необходимость проведения экстренного экспертного прогнозирования развития региональной системы предпринимательства в основе создания новой адаптивной прогнозной модели во взаимосвязи с Data Science для достижения экономической оптимальности и устойчивости развития системы предпринимательства региона на краткосрочную перспективу.

Ключевые слова

Региональная экономика, валовый региональный продукт, малое и среднее предпринимательство, анализ, оценка, прогнозирование, модель, перспектива, посткоронавирусный кризис.

T. V. Epifanova, I. V. Rudnitskaya

STRUCTURAL ANALYSIS OF STATE AND DEVELOPMENT OF REGIONAL ENTREPRENEURSHIP SYSTEM UNDER CONDITIONS OF THE POST-COVID CRISIS (ON EXAMPLE OF ROSTOV REGION)

Annotation

Article presents a structural analysis of state and development of regional economy and entrepreneurship system of Rostov region for the period 2017–2020 and the first half of 2021. Authors assess the gross regional product, integrated structural indicators of state and intensity of development of small and medium-sized businesses, taking into account the impact and consequences of the 2020 Pandemic (post-coronavirus crisis). In conclusion, the need for emergency expert forecasting of development of regional entrepreneurship system is determined on the basis of creating a new adaptive predictive model in conjunction with Data Science to achieve economic optimality and sustainability of development of regional entrepreneurship system in short term.

Keywords

Regional economy, gross regional product, small and medium business, analysis, assessment, forecasting, model, perspective, post-coronavirus crisis.

Введение

Проистекающие процессы глобального развития феноменов XXI века, гносеологические проблемы и субъективизм в исследовании экономических явлений, трансформация институциональных образований национальной экономики, процессы модернизации систем и подсистем субъектов экономики определяют проекцию стратегий для перспективных решений проблем в регионах России. Трансформация и развитие экономических систем определена политикой и стратегией государства по достижении национальных целей развития РФ до 2030 г.; реализация государственных и региональных программ в аспекте социально-экономического развития регионов; движение и достижении целей устойчивого развития (ЦУР-2030) на региональном и федеративном уровнях.

Проблема развития региональных систем предпринимательства является одной из приоритетных стратегических задач и направлений политики государства. Благосостояние хозяйствующих субъектов региональной системы предпринимательства составляет механизм и основу национальной экономики в основе экономических и иных показателей, влияющих на темпы и объем ВВП, ВРП, конкурентоспособность, инновационную и инвестиционную привлекательность регионов.

Формирование здоровой экономики регионов в условиях посткоронавирусного времени способствует решению множества актуальных проблем социально-экономического характера.

Материалы и методы

Методология исследования включает структурный анализ, оценочную деятельность и диагностику состояния и развития ВРП и МСП Ростовской области (РО), выявление общих закономерностей и показателей развития системы предпринимательства региона.

Необходимость устойчивого развития региональных систем предпринимательства в субъектах РФ является приоритетной задачей государства, обозначенной в стратегии до 2030–2035 гг., реализации государственных и региональных программ, призванных обеспечить успех стратегии, сохранении устойчивого развития и безопасности страны.

Т. В. Епифанова проблему устойчивости развития определяет в противоречии категорий «развитие» и «устойчивость», поскольку первое подразумевает изменение, а второе — сохранение. Устойчивое развитие характеризуется сложным набором взаимосвязанных факторов, а успех стратегии устойчивого развития зависит от обеспечения связи элементов внутренней и внешней среды [1, с. 162]. Ю. К. Князев предлагает свой концептуальный подход к разработке основных направлений социально-экономической стратегии России до 2030 г. с курсом на возобновление позитивной экономической динамики в основе глубокой структурной перестройки народного хозяйства при мощной государственной поддержке в тех отраслях и субъектах экономики и предпринимательства, которые целесообразно развивать с учетом имеющихся внутренних резервов и прогнозных оценок направлений научно-технического прогресса и тенденций на мировых рынках [2, с. 23–24]. Обосновывая научно в рамках настоящей действительности и реальной экономической ситуации в регионах, Ю. К. Князев, давая субъективную оценку долгосрочной стратегии, определяет, что «недостаточно разработать долгосрочную стратегию развития, необходим механизм ее практической реализации. Основопола-

гаясь на методологию экономического развития, инновационной и институциональной экономики, в исследованиях ученых показана ключевая роль структурных региональных, отраслевых, институциональных, технологических сдвигов и изменений при формировании циклических процессов в экономике, влияющих в общем на состояние и развитие экономических систем и подсистем на перспективу» [2, с. 30].

Результаты и обсуждение

На сегодня Ростовская область является единственным субъектом России, который за период 2016–2020 гг. произвел комплексный анализ индикаторов 17 целей устойчивого развития, утвержденных ООН, результаты которого подтвердили представление о глобальных конкурентных и инвестиционных преимуществах субъекта Российской Федерации как региона устойчивого развития.

На рисунке 1 представлена структура ВРП РО по видам экономической деятельности по ОКВЭД2 (с учетом изменения методологии расчета ВРП [5]) за период 2016–2019 гг., которая характеризует конечный результат производства отдельных экономических субъектов МСП РО (в процентах к итогу) для оценки уровня экономического развития, производительности сектора МСП, темпов экономического роста (спада) показателей хозяйствующих субъектов, влияющих пропорционально на развитие системы предпринимательства региона.



Рисунок 1 — **Динамика ВРП РО за 2016–2019 гг. по видам экономической деятельности, в %**

Анализируя динамику изменения показателей ВРП РО по видам экономической деятельности за 2016–2019 гг. (рис. 1) на каждом спарклайн выявлены структурные сдвиги показателей: так, на рост ВРП в 2016 г. повлиял значительный оборот от сельскохозяйственной, лесной и рыболовной деятельности (11,6 %), оптовой и розничной торговли (16,9 %) и деятельности по операциям с недвижимостью (12,2 %); оборот обрабатывающих производств за 2017–2018 гг. составил наибольший показатель — 19,4 %; на рост ВРП РО за период 2016–2018 гг. повлиял значительный оборот от оптовой и розничной торговли, где средний показатель составил 16,8 %. В сравнении с 2016 г. ВРП РО составил 1,4 трлн руб. и вырос при этом на 2,4 %, а за период 2018 г. по оценке министерства экономического развития увеличился на 1,3 % в сравнении с 2017 за

счет опережающего развития ключевых секторов экономики, таких как сельское хозяйство и промышленное производство. Сегодня промышленное производство в РО остается основным сектором экономики для создания материальных благ, товарной и денежной массы, новых рабочих мест и инвестиций. Индекс промышленного производства за 2018 г. к уровню 2017 г. составил 109,7 % [4, с. 64–65].

В целом за данный период на объем и динамику ВРП РО повлияла экономическая деятельность довольно в приоритетных секторах МСП, которые интенсивно стратегировали и имели возможность устранять диспропорции в бизнесе, прибегая к инвестированию в основной капитал, к мерам государственной поддержки, внедрению выгодных проектов с наибольшей долей прогноза рисков и антикризисного эффекта.

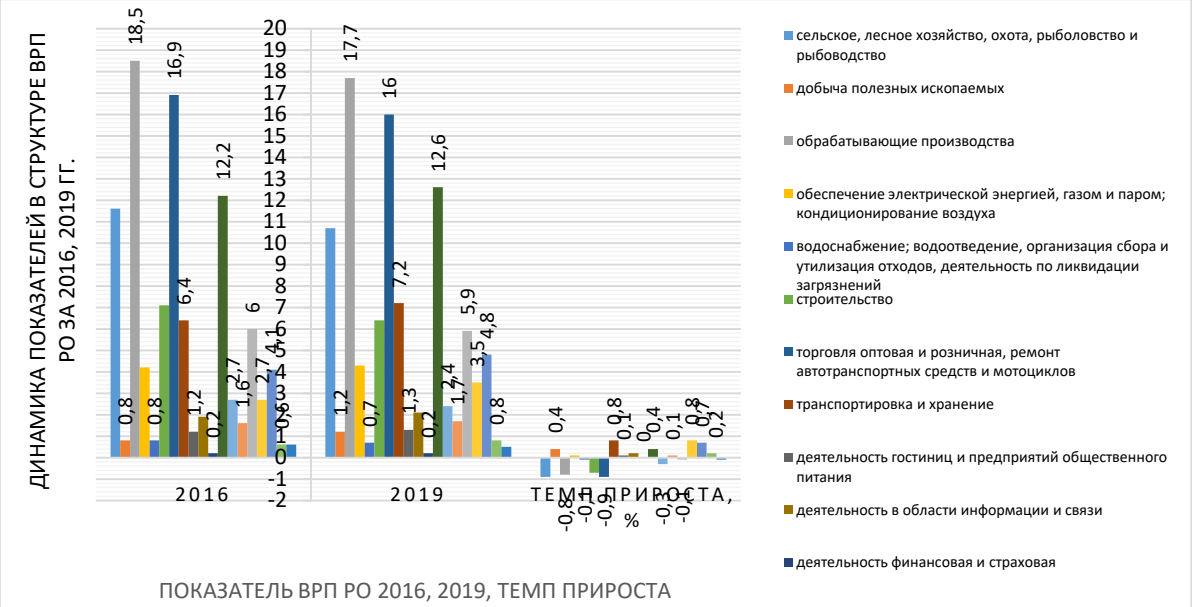


Рисунок 2 — **Динамика темпа прироста по видам экономической деятельности в структуре ВРП РО за 2016 и 2019 гг.**

На рисунке 2 темп прироста объема ВРП РО за 2019 г. в сравнении с 2016 г. произошел за счет роста показателей от экономической деятельности в образовании, транспортировке и хранении, здравоохранении и социальных услугах (23 %); деятельности по операциям с недвижимым имуществом и добыче полезных ископаемых (0,8 %); и небольшой прирост всего (0,4 %), а именно: обеспечение электрической энергией, газом (паром), кондиционирование воздуха, деятельность гостиниц и предприятий общественного питания, деятельность в области информации и связи, деятельности административной и в области культуры, спорта и иной досуг. В структуре ВРП РО к 2019 г. в сравнении с 2016 г. видна тенденция спада показателей в деятельности сельского, лесного и иного хозяйства (-0,9 %); оптовой и розничной торговле (-0,9 %), обрабатывающих производств (-0,8 %); строительстве (-0,7 %). Аккумулируя полученные результаты, ВРП РО за 2019 г. относительно 2016 г. показывает слабый рост оборота от предприятий обрабатывающих производств, сельского, лесного хозяйства, охоты, рыболовства. Отсутствие роста оборота данного сектора обозначает неустойчивое развитие МСП региона.

Таблица 1 — **Количество МСП РО по состоянию за 2017–2020, I полугодие 2021 г.***

Период	Всего	МСП, из них							
		юридических лиц (ЮЛ)				индивидуальных предпринимателей (ИП)			
		всего	из них предприятий			всего	из них предприятий		
			микро-	малое	среднее		микро-	малое	среднее
2017	177 409	55 045	49 344	5 274	427	122 364	121 289	1 064	11
2018	177 454	53 638	48 190	5 028	420	123 816	122 755	1 052	9
2019	174 209	51 512	46 577	4 566	369	122 697	121 651	1 035	11
2020	167 268	49 403	44 563	4 429	411	117 865	116 831	1 023	11
I пол. 2021 г.	165 427	46 117	41 400	4 295	422	119 310	118 281	1 018	11

Результаты и динамика в структуре действующих субъектов МСП РО за 2017–2020 гг. (табл. 1, рис. 3) говорит о снижении численности фактически действующих ЮЛ и ИП почти в 3 раза за 2020 г. относительно 2019–2020 гг. Критический дисбаланс снижения показателя на 6941 чел. вызван пандемией-2020 и наступившим во 2-м полугодии 2020 г. посткоронавирусным кризисом.

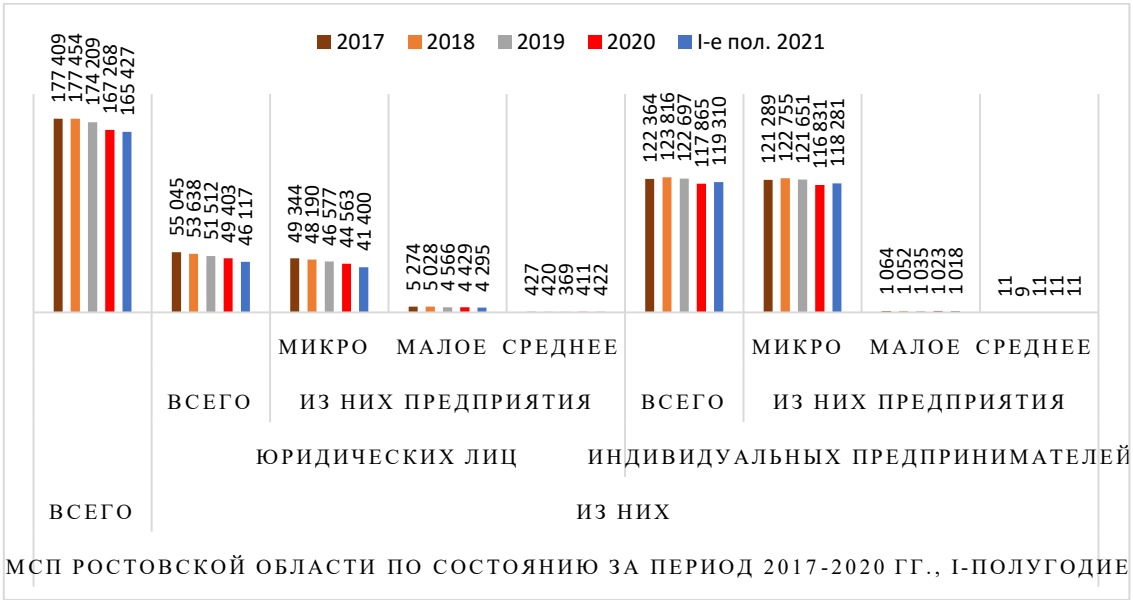


Рисунок 3 — **Структурные сдвиги МСП Ростовской области по состоянию за 2017–2020 гг. и I полугодие 2021 г.**

Фактическое снижение диаметрально подтверждает наступление и последствия пандемии-2020: неготовности и неустойчивости микропредприятий, малых и средних предприятий к новым условиям в системе МСП ввиду глобальных перемен и институциональных изменений; введения ограничительных мер, санкций; противоречивых законодательных новелл и изменений в федеральных законах и иных нормативно-правовых актах; нестабильное положение финансового сектора, денежно-кредитной политики банков и т. д. Ни одна отрасль не стала исключением. На графике рисунка 4 кривая и полученные форматы коридора колебаний основной линии тренда показывают, что во временном диапазоне за 2017–2020 гг. существенно снизился к концу 2020 г. общий показатель количества субъектов МСП РО на 10141 тыс. чел. в сравнении с 2017 г. ввиду Пандемии-2020, последствия которой заставили потерять эко-

номическую, правовую, финансовую и производственную устойчивость экономических кластеров РО, начиная с микропредприятий и заканчивая работой средних предприятий, не говоря уже о крупных гигантах бизнеса.

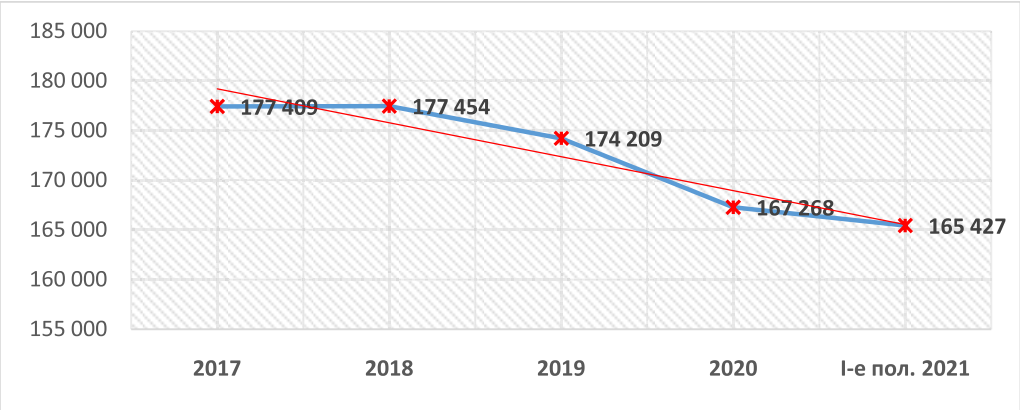


Рисунок 4 — **Кривая фактически действующих ЮЛ, ИП (МСП Ростовской области) за 2017–2020 гг. и I полугодие 2021 г.**

Во II квартале 2020 г. руководствуясь новыми нормативно-правовыми федеральными законами и подзаконными актами субъекты РФ перешли на режим самоизоляции с 29.03.2020 по 30.05.2020, который определил глобальные проблемы для МСП РО и других регионов. Предприятия и организации вынуждены были не функционировать и многие из них перешли в статус «закрытые». Незначительные колебания в структуре МСП произошли за 2017–2018 гг. Так, прирост к 2018 г. составил всего 45 тыс. чел., который характеризует низкий фактический результат действующих МСП РО за данный период.

Исследование показателей в структуре и динамике за 2017–2020 гг. и I полугодие 2021 г. определяет неравновесные тенденции в этом развитии, которые в иерархии философско-экономических ценностей, структурных изменений показателей в объеме пропорционально показывают фактическое состояние и развитие системы предпринимательства данного региона. Полученная динамика и структурные сдвиги позволяют выявить факторы, обусловливающие системные свойства предпринимательской активности и спада; оценить уровень и степень изменения экономических показателей, которым свойственны кумулятивные и конъюнктурные процессы, проистекающие в них. Если соприкоснуться с настоящей действительностью, то в условиях посткоронавирусного кризиса к критерию оценки «неоптимальное экономическое состояние» или «неустойчивое экономическое состояние» возрастают требования, меняется методологическая концепция и прикладная практика к проведению комплексного анализа для выявления неопределенности экономической среды малых и средних форм предпринимательства в регионах.

Выводы

Полученные результаты исследования определяют необходимость проведения экспертного экстренного прогнозирования в развитии региональной системы предпринимательства в основе разработки новой адаптивной прогнозной модели во взаимосвязи с Data Science для систематизации закономерностей влияния факторов посткоронавирускного кризиса и достижении оптимального и устойчивого экономического развития системы предпринимательства и экономика региона на краткосрочную перспективу.

Структурный анализ и результат показывает, что региональная система предпринимательства Ростовской области представляет собой сложный и многоуровневый экономический механизм, движение экономических циклов, создающих экономико-социальное, правовое и цифровое пространство, и как следствие, углубленный мониторинг и инновационные подходы к оценке структурированных показателей ВРП и МСП региона, внедрение и реализация экспертного экстренного прогнозирования в основе новой адаптивной прогнозной модели во взаимосвязи с Data Science определяют возможность систематизации закономерностей влияния факторов посткоронавирусного кризиса и достижения экономической оптимальности (устойчивости) системы предпринимательства региона на краткосрочную перспективу. Создание конструкта и алгоритма новой адаптивной прогнозной модели должно быть направлено на обеспечение комплексности, системности и качества экстренного экспертного прогноза в объеме структурированных данных и показателей состояния и развития региональной системы предпринимательства. Установление эмпирической взаимосвязи закономерностей развития процессов малого и среднего предпринимательства определяют дальнейшую тенденцию модернизации системы предпринимательства региона.

Библиографический список

1. *Епифанова, Т. В.* Влияние государственного регулирования предпринимательской деятельности на устойчивость развития предприятий малого и среднего бизнеса : моногр. — Ростов-на-Дону, 2014.

2. *Князев, Ю. К.* Основные направления социально-экономической стратегии «Россия-2030» // Актуальные вопросы экономики. — М., 2021. — С. 23–24, 30.

3. *Рудницкая, И. В.* Реализация государственных программ в системе молодежного предпринимательства как основа формирования региональной экономики (на примере Ростовской области) // Новые направления научной мысли : материалы межрег. науч.-практ. конф. — Ростов-на-Дону, 2019. — С. 64–65.

4. ВРП Ростовской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://rostov.gks.ru/folder/28934.

5. Единый Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства Ростовской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://rmsp.nalog.ru.

Bibliographic list

1. *Epifanova, T. V.* Influence of state regulation of entrepreneurial activity on sustainability of development of small and medium-sized businesses : monogr. — Rostov-on-Don, 2014.

2. *Knyazev, Yu. K.* The main directions of socio-economic strategy «Russia-2030» // Topical issues of economy. — M., 2021. — P. 23–24, 30.

3. *Rudnitskaya, I. V.* Implementation of state programs in system of youth entrepreneurship as the basis for formation of regional economy (on example of Rostov region) // New directions of scientific thought : materials of interregional scient.-pract. conf. — Rostov-on-Don, 2019.

4. GRP of Rostov region of source and reference date [Electronic resource]. — Mode of access: https://rostov.gks.ru/folder/28934.

5. Unified Register of small and medium-sized businesses of Rostov region [Electronic resource]. — Mode of access: https://rmsp.nalog.ru.

М. М. Куликов, М. А. Комиссарова, И. А. Ларионова

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УГЛЕГРАФИТОВОЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ДОНКАРБ ГРАФИТ»

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы функционирования инновационных предприятий углеграфитовой отрасли, производящих синтетический графит — важное сырье для производства электромобилей и смартфонов. Представлены результаты анализа тенденций развития углеграфитовой отрасли, структура продаж углеграфитовой продукции на мировом рынке. Представлен анализ товарной структуры импорта и экспорта синтетического графита в России. Были определены основные факторы, способствующие развитию рынка синтетического графита. Отражена важность развития предприятий по производству углеграфитовой продукции с целью повышения уровня импортозамещения, а также экспорта востребованного на мировом рынке сырья для производства высокотехнологичных товаров. Представлен прогноз роста объема мирового рынка синтетического графита до 2027 г. Предполагается, что высокие затраты на производство синтетического графита по сравнению с природным графитом, строгие экологические нормы и негативное воздействие пандемии COVID-19 будут препятствовать росту рынка синтетического графита. В то же время спрос на электромобили, электронные гаджеты, смартфоны и другую высокотехнологичную продукцию, а также объем их продаж в мире растут быстрыми темпами, что приводит к стимулированию роста спроса на синтетический графит высокой чистоты.

Ключевые слова

Синтетический графит, углеграфитовая отрасль, ООО «Донкарб Графит», сырье для высокотехнологичных товаров, импортозамещение.

M. M. Kulikov, M. A. Komissarova, I. A. Larionova

RESEARCH OF TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF CARBON-GRAPHITE INDUSTRY OF RUSSIAN ECONOMY ON EXAMPLE OF DONCARB GRAPHITE LTD

Annotation

Article deals with functioning of innovative enterprises of carbon-graphite industry that produce synthetic graphite — an important raw material for production of electric vehicles and smartphones. Results of analysis of trends in development of carbon-graphite industry, structure of sales of carbon-graphite products in world market are presented. Analysis of commodity structure of imports and exports of synthetic graphite in Russia is presented. The main factors contributing to development of synthetic graphite market were identified. Importance of development of enterprises for the production of carbon and graphite products is reflected in order to increase the level of import substitution, as well as export of raw materials in demand on the world market for production of high-tech goods. Forecast of growth of volume of world market of synthetic graphite up to 2027 is presented. The high production costs of synthetic graphite versus natural graphite, stringent environmental regulations and negative impact of the COVID-19 pandemic are expected to impede the growth of synthetic graphite market. At the same time, demand for electric vehicles, electronic gadgets, smartphones and other high-tech products, as well as their sales in the world, are growing rapidly, which leads to stimulating the growth of demand for high-purity synthetic graphite.

Keywords

Synthetic graphite, carbon-graphite industry, Donkarb Graphite LLC, raw materials for high-tech goods, import substitution.

Введение

Развитие и использование новых технологий на промышленных предприятиях углеграфитовой отрасли связано с необходимостью увеличения объемов производства синтетического графита в связи с ростом спроса на него как на сырье для производства высокотехнологичных товаров, включая электроавтомобили и смартфоны.

На данный момент в России внутреннее производство синтетического графита занимает только третью часть рынка, остальное ввозится в страну иностранными поставщиками. Структура мирового рынка синтетического графита имеет следующий вид: китайские производители занимают почти 50 % мирового рынка синтетического графита, США — 11 %, ЕС — 10 %, Япония — 16 % и Индия — 9 % (рис. 1).

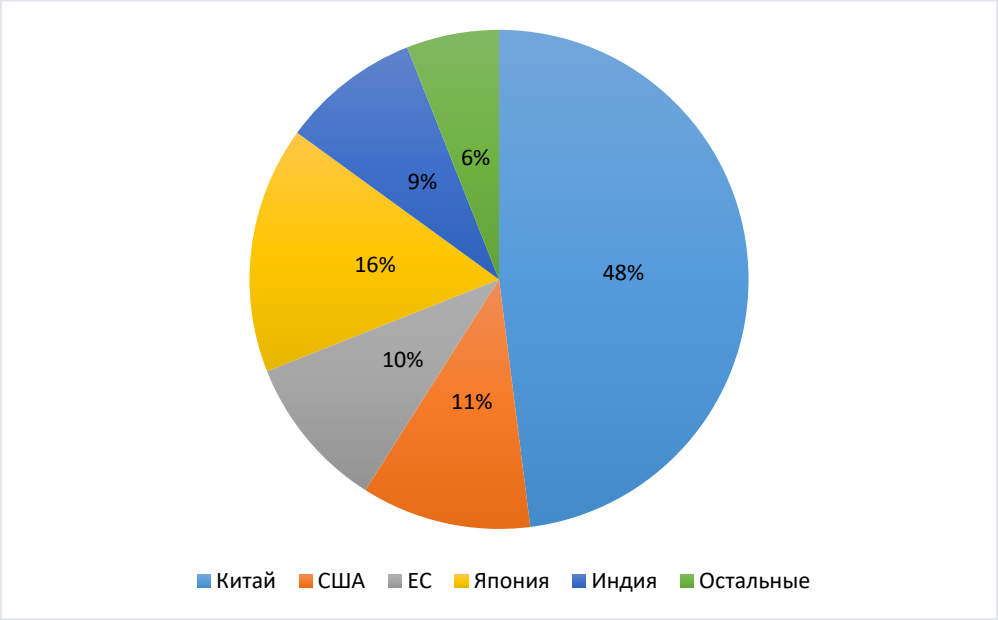


Рисунок 1 — **Доля рынка углеграфитовой отрасли в мире***

** Составлен на основе данных [9].*

Чтобы не попасть в экономическую зависимость от зарубежных поставщиков синтетического графита и развивать внутренний рынок, металлургическим предприятиям необходимо сотрудничать с российскими изготовителями продукции из графита, заключая долгосрочные и взаимовыгодные договора, а также восстановление производства игольчатого кокса, который является важной составляющей для производства электродов из графита.

Материалы и методы

В статье были использованы статистические данные российских рейтингов промышленного развития, научные публикации, аналитические и отраслевые отчеты по промышленному развитию, а также структурный анализ и элементы сравнительного анализа. Применение этих методов и подходов позволяет изучить состояние углеграфитовой промышленности, определить ее сильные и слабые стороны, спрогно-

зировать предполагаемые результаты развития.

Результаты и обсуждение

Одним из важных результатов является построение прогноза возможного развития рынка синтетического графита. Полагаем, что существенное влияние на развитие углеграфитовой отрасли России оказывает рынок синтетического графита, что связано с ростом спроса на электроавтомобили, смартфоны, альтернативные источники получения энергии. Однако стоит предусмотреть увеличение рисков для предприятий углеграфитовой отрасли и значительные затраты по сравнению с природным графитом, строгие экологические нормы и негативное воздействие пандемии COVID-19.

На рисунке 2 рассмотрим динамику импорта углеграфитовой продукции.

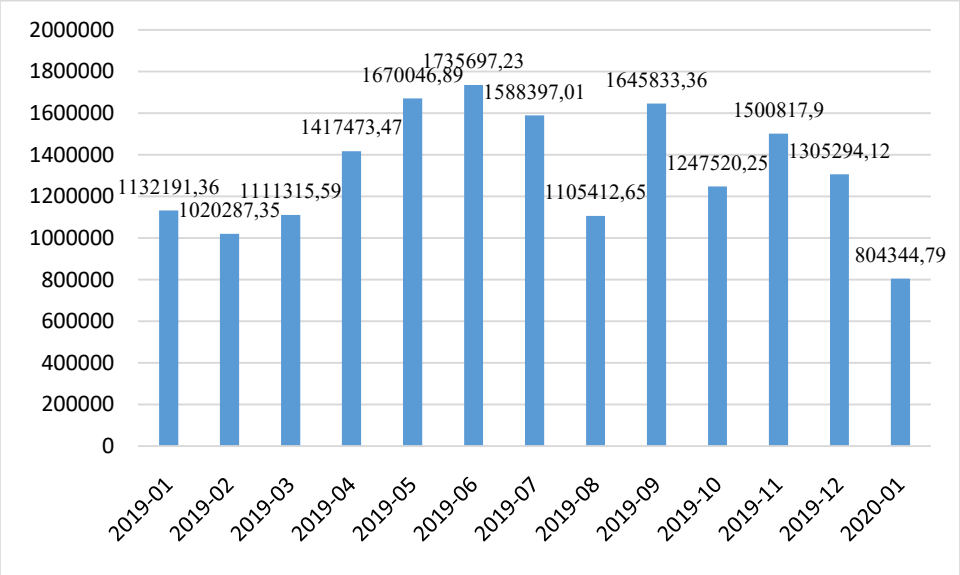


Рисунок 2 — **Динамика импорта графита и полуфабрикатов с января 2019 г. по январь 2020 г.***

** Составлен на основе данных https://rosstat.gov.ru.*

Общий стоимостной объем импорта составил 17,27 млн долларов при суммарной массе груза 19,92 тыс. т. Наименьшее количество поставок приходится на январь 2020 г., а максимальное на июнь 2019 г. и составил 1,73 млн долларов. Российский рынок синтетического графита представлен предприятиями: ООО «Донкарб Графит» и ООО «Графит Эл» (Московский электродный завод), ООО «Углеродпромснаб», ООО «Карбон-Юг» и другими заводами.

Продукция из синтетического графита применяется при производстве фосфора и кремния, во многих сферах химической, атомной, алюминиевой промышленности, а также в металлургии, как в черной, так и цветной. Несмотря на относительно стабильный спрос на углеграфитовую продукцию, спрос на синтетический графит в России не удовлетворяется в полном объеме силами отечественных производителей, поэтому приходится осуществлять импорт синтетического графита.

Рассмотрим динамику экспорта графита на рисунке 3.

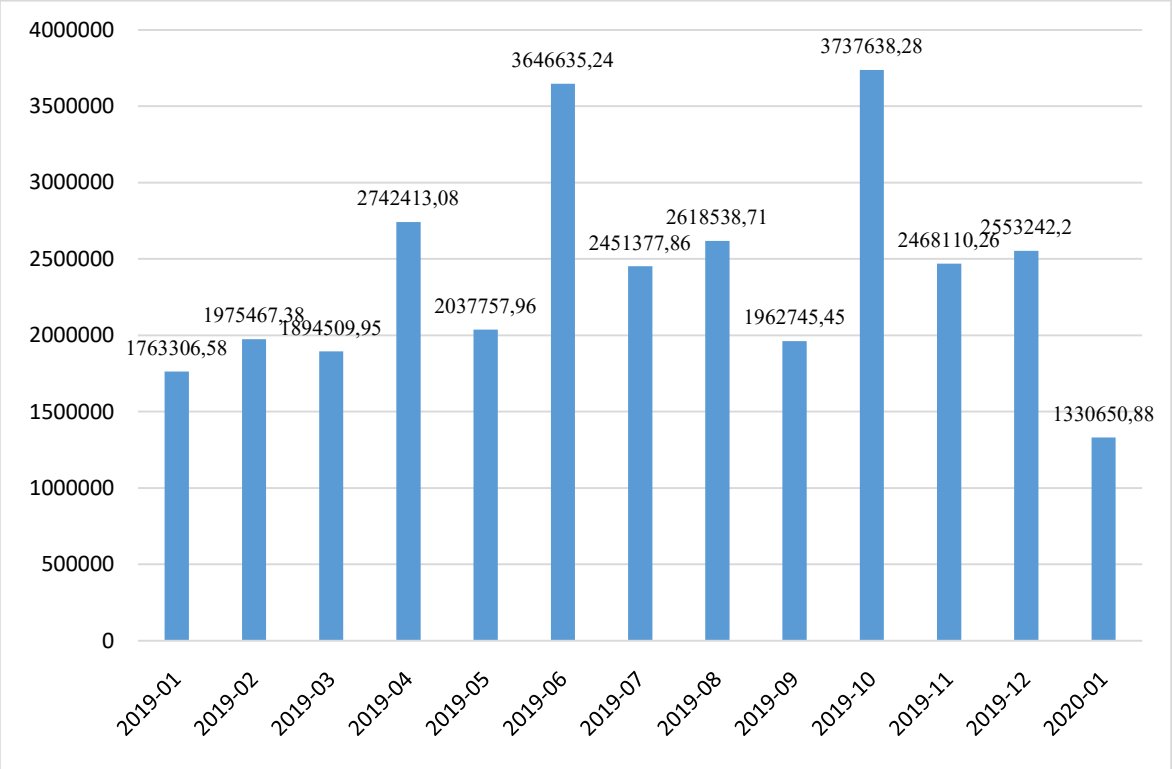


Рисунок 3 — **Динамика экспорта графита и полуфабрикатов с января 2019 г. по январь 2020 г.***

** Составлен на основе данных https://rosstat.gov.ru.*

С января 2019 г. по январь 2020 г. совокупная стоимость экспортируемого в Россию синтетического графита превысила стоимость импортированного почти в 2 раза: 31,18 млн долларов против 17,27 млн долларов.

Поставки синтетического графита в другие страны растут. Так, в 2013 г. их объем графита составил 4,74 тыс. т, или 3,8 млн долларов, а в 2019 г. их объем составил 41,19 тыс. т, или 31,18 млн долларов, что говорит о положительной динамике роста экспорта синтетического графита из России в другие страны. Импорт, напротив, имеет тенденцию к снижению. В 2013 г. российские предприятия закупили 21,8 тыс. т на 29,8 млн долларов, а в 2019 г. — 19,92 тыс. т на 17,27 млн долларов.

Проведя анализ объемов импорта и экспорта синтетического графита, можно заключить, что российские предприятия углеграфитовой отрасли стремительно увеличивают объемы производства важного сырья для высокотехнологичных отраслей промышленности, не только обеспечивая импортозамещение, но и становясь экспортерами синтетического графита.

Проанализируем географию экспортных поставок синтетического графита из России (рис. 4). Основными потребителями экспортируемого графита и полуфабрикатов на основе углерода в 2019 г. выступили Германия (23,53 %), Казахстан (22,54 %), Китай (11,68 %).

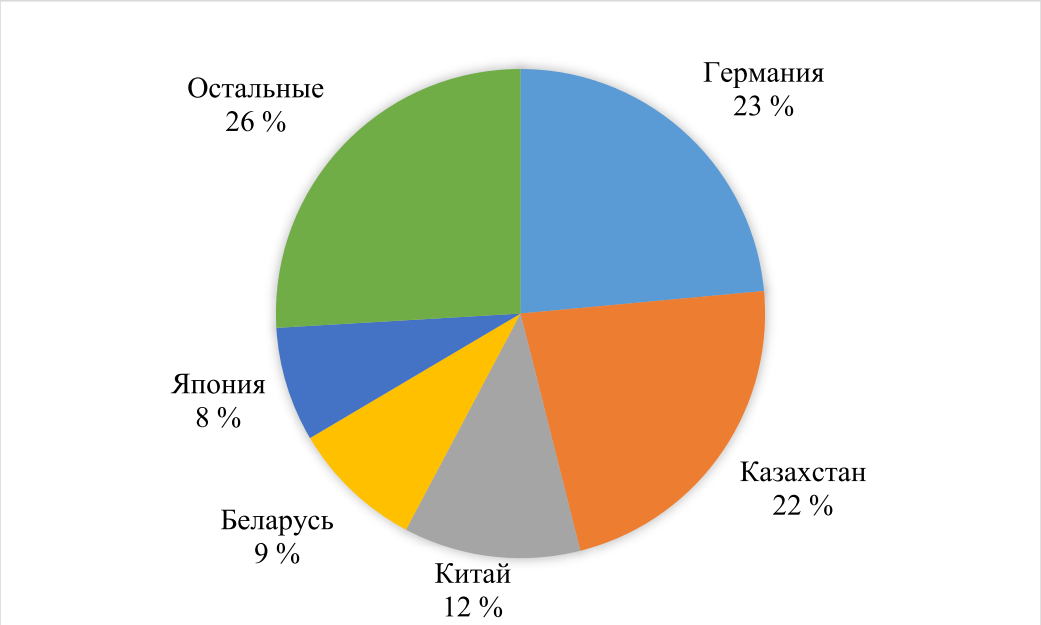


Рисунок 4 — **Распределение экспорта по странам за 2019 г.**

** Составлен на основе данных [9].*

Предприятие ООО «Донкарб Графит» представлено на российском рынке как один из крупных поставщиков синтетического графита различных марок. Предприятие активно осуществляет программы импортозамещения для ключевых отечественных предприятий-потребителей синтетического графита за счет постоянного расширения ассортимента предлагаемой продукции и обеспечения стабильных показателей качества, в том числе ведет системную работу по постановке на производство изостатического графита [5]. ООО «Донкарб Графит» является одним из немногих предприятий, которое не импортирует из-за рубежа сырье, полуфабрикаты или готовую продукцию, а наоборот, осуществляет поставку синтетического графита в Германию, Республику Беларусь и другие страны.

В агентстве Mordor Intelligence дали прогноз развития углеграфитовой отрасли до 2025 г. Рынок синтетического графита с 2020 по 2025 гг. будет расти примерно на 4 % каждый год [9]. Так, рост рынка обусловливается ростом спроса на синтетический графит у производителей электроники, электрокаров, а также альтернативных источников энергии (солнечные батареи, турбоагрегаты и другое). Основным потребителем графитированной продукции по-прежнему остаются металлургические заводы.

Мировой рынок синтетического графита в 2019 г. был оценен в 14,3 млрд долларов.

Согласно данным издания Proactive Investors, объем рынка синтетического графита будет увеличиваться на 5,6 % каждый год в период с 2020 по 2027 гг. [10]. Так, рост мирового рынка синтетического графита к 2027 г. достигнет 22 млрд долларов общего объема (рис. 5).

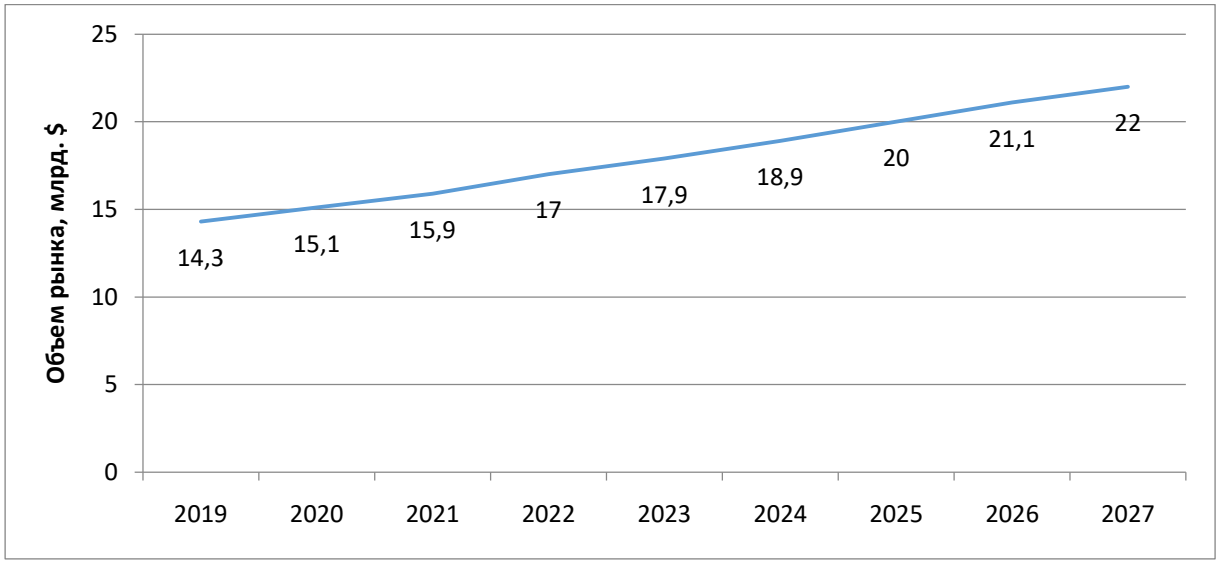


Рисунок 5 — **Прогноз роста объема мирового рынка синтетического графита***

** Составлен на основе данных [9].*

Если сравнивать рынок синтетического графита с рынком цветных металлов, то первый обладает гораздо меньшей емкостью. Так, в 2019 г. оборот рынка меди составил 175 млрд долларов, а оборот синтетического графита составил 14,3 млрд долларов, что почти в 12 раз больше чем у графита.

Несмотря на относительно малый объем рынка в настоящее время, позиции синтетического графита в ближайшем будущем могут сильно укрепиться, а рынок сбыта увеличиться благодаря развитию новых технологий. Причиной этому стало глобальное распространение электромобилей, для производства которых синтетический графит является важным сырьем. Также синтетический графит стал широко применяться для производства литий-ионных аккумуляторов увеличенной мощности, в связи с увеличением спроса на смартфоны и другие электронные гаджеты.

В краткосрочной перспективе основными факторами, определяющими исследуемый рынок углеграфитовой промышленности, являются растущий спрос на электромобили и, соответственно, синтетический графит высокой степени чистоты. С одной стороны, спрос на электромобили, электронные гаджеты, смартфоны и другую высокотехнологичную продукцию, а также объем их продаж в мире растут быстрыми темпами, что приводит к стимулированию роста рынка синтетического графита. С другой стороны, по оценкам экспертов предполагается, что есть следующие риски для развития углеграфитовых предприятий в России высокие затраты на производство синтетического графита по сравнению с природным графитом, строгие экологические нормы и негативное воздействие пандемии COVID-19 будут препятствовать росту рынка синтетического графита.

Выводы

Проанализировав основные тенденции развития углеграфитовой отрасли, был выявлен ряд факторов, способствующих развитию углеграфитовой отрасли. При этом отмечено наличие факторов риска, препятствующих развитию отрасли.

Увеличение производства синтетического графита в России позволит наладить импортозамещение в данной отрасли, а также выйти на международный рынок с востребованной продукцией.

Библиографический список

1. *Прохватилов, В.* Электродные санкции [Электронный ресурс] // Век. — 2018. — Режим доступа: https://wek.ru/yelektrodnye-sankcii.

2. Производители графита в мире и на отечественном рынке [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://uglerod.com/grafit/proizvoditeli-grafita-v-mire-i-na-otechestvennom-rynke.

3. Графит искусственный: получение характеристики, применение [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://doncarb.com/articles/iskusstvennyy-grafit.

4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.gks.ru.

5. Стратегия Группы «Энергопром» [Электронный ресурс] // Управление производством. — Режим доступа: http://www.up-pro.ru/library/strategy/management/strategija-energoprom.html.

6. Статистика импорта графита и полуфабрикатов на основе углерода [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://statimex.ru/statistic/3801/import/201901-202001/world/RU.

7. Статистика экспорта графита и полуфабрикатов на основе углерода [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://statimex.ru/statistic/3801/export/201901-202001/world/RU/

8. *Ульченкова, В. Э.* Влияние инновационных факторов на темпы экономического роста России. — М., 2017. — С. 154.

9. Mordor Intelligence [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/synthetic-graphite-market.

10. Proactive Investors [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.proactiveinvestors.com.

Bibliographic list

1. *Prokhvatilov, V.* Electrode sanctions [Electronic resource] // Century. — 2018. — Mode of access: https://wek.ru/yelektrodnye-sankcii.

2. Producers of graphite in the world and on domestic market [Electronic resource]. — Mode of access: http://uglerod.com/grafit/proizvoditeli-grafita-v-mire-i-na-otechestvennom-rynke.

3. Artificial graphite: obtaining characteristics, application [Electronic resource]. — Mode of access: https://doncarb.com/articles/iskusstvennyy-grafit.

4. Federal State Statistics Service [Electronic resource]. — Mode of access: http://www.gks.ru.

5. Strategy of Energoprom Group [Electronic resource] // Production management. — Mode of access: http://www.up-pro.ru/library/strategy/management/strategija-energoprom.html.

6. Statistics of imports of graphite and semi-finished products based on carbon [Electronic resource]. — Mode of access: https://statimex.ru/statistic/3801/import/201901-202001/world/RU.

7. Statistics on exports of graphite and carbon-based semi-finished products [Electronic resource]. — Mode of access: https://statimex.ru/statistic/3801/export/201901-202001/world/RU.

8. *Ulchenkova, V. E.* Influence of innovative factors on the rate of economic growth in Russia. — M., 2017. — P. 154.

9. Mordor Intelligence [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/synthetic-graphite-market.

10. Proactive Investors [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.proactiveinvestors.com.

Н. В. Пржедецкая, О. Е. Денисов

ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ: ОБОБЩЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ЭМПИРИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аннотация

В статье исследуются сложившиеся потребительские предпочтения на рынке молочной продукции. Данные предпочтения формулируются на основании данных эмпирических исследований, вторичных данных отчетов специализированных организаций и собственных кабинетных исследований авторов, позволяющих прийти к выводам, обосновывающим перспективные изменения на исследуемом рынке. Аналитические сопоставления полученных данных о потребительских предпочтениях, синтез информации в сопоставлении с рыночными тенденциями позволяют прогнозировать, каким образом будут трансформироваться предпочтения в дальнейшем, и принимать верные управленческие решения в отношении продуктового портфеля.

Ключевые слова

Маркетинговые исследования, предпочтения, потребители, молочная продукция, новинки.

N. V. Przhedetskaya, O. E. Denisov

CONSUMER PREFERENCES IN DAIRY MARKET: GENERALIZATION OF EMPIRICAL RESEARCH RESULTS

Annotation

Article examines the prevailing consumer preferences in dairy market. These preferences are formulated based on empirical research data, secondary data from reports of specialized organizations and the authors' own desk studies, which allow us to come to conclusions justifying promising changes in the market under study. Analytical comparisons of the obtained data on consumer preferences, synthesis of information in comparison with market trends, allow us to predict how preferences will be transformed in future and make the right management decisions regarding the product portfolio.

Keywords

Marketing research, preferences, consumers, dairy products, novelties

Введение

В сложившихся условиях достаточно высокой конкуренции на продовольственном рынке за конечный потребительский спрос прослеживается управление товарным портфелем, сопряженное с выведением новых продуктов, призванных привлечь внимание клиентов. Потребители в обществе в целом ориентированы на инновации Возможность попробовать что-то новое, как правило, способствует интересу к торговой марке. Однако не менее значимым представляется понимание сложившихся у потребителей предпочтений, мнений относительно определенных продуктов питания, во многом опосредующих реакцию на выводимые на рынок новинки. Это актуализирует исследование предпочтений потребителей относительно молочной продукции.

Обсуждение

Необходимость систематических исследований предпочтений на рынке молочной продукции отмечают такие авторы, как Ковалева И., Рожкова Д., Хренова Ю. [1, 2, 3, 4], поскольку они полагают, что это дает возможность по-

нять насыщенность товарного предложения и управлять продуктовым портфелем компании-производителя. Такие исследователи, как Черняков М., Чернякова М., Акберов К. полагают, что мониторинг потребительских предпочтений создает возможности для понимания бизнесом стратегии собственного развития [10]. Другие ученые и практики, например, Николаева М. [6], Кулумбегов М. [5], придерживаются точки зрения, согласно которой подобные исследования дают возможность понимания перспективных изменений на рынке молочных товаров и запроса к товаропроизводителям на будущее.

Мы, в свою очередь, полагаем, что исследования позволяют уточнять текущую удовлетворенность, планировать деловую активность и понимать, необходимо ли диверсифицировать предложение, например, в направлении альтернативных продуктов или новинок, не представленных ранее рынке.

Материалы и методы

В вопросе анализа предпочтений потребителей на рынке молочной продукции целесообразным представляется опираться на существующие обобщения результатов эмпирических исследований, представленные в специализированной литературе, опросы организаций, отслеживающих реагирование россиян на качественные характеристики продуктов питания и отчеты специализированных исследовательских агентств. В качестве методов мы использовали аналитическое рассмотрение специализированной литературы, сравнение данных вторичных исследований, собственные кабинетные исследования и синтез полученных результатов.

Результат

Интересным представляется рассмотреть, с опорой на результаты эмпирических исследований, уже проявившиеся, сложившиеся предпочтения потребителей на исследуемом рынке и опирающиеся на них возможные прогнозы интереса к тем или иным выводимым на рынок новинкам. В данном ключе наиболее очевидным и, тем не менее, нуждающимся в уточнении является предпочтительный объем потребления молока (рис. 1).

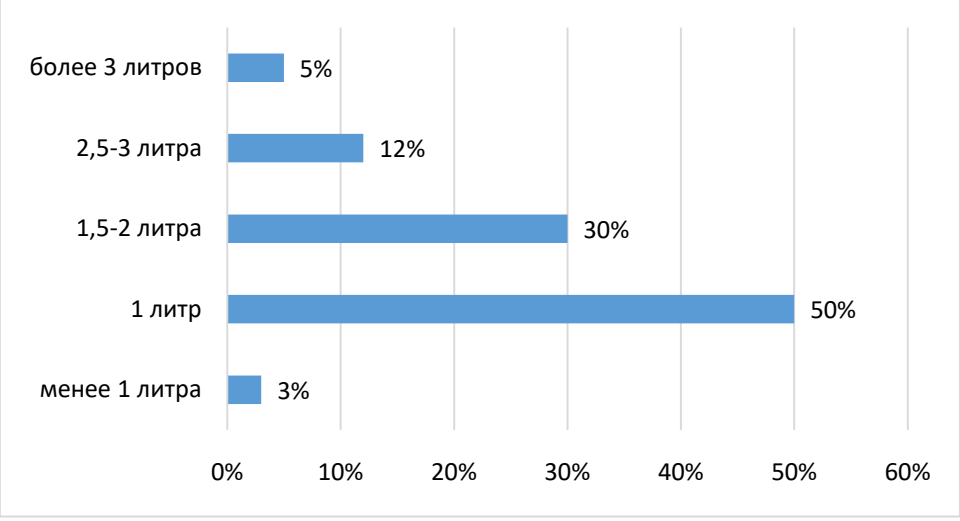


Рисунок 1 — **Предпочтения потребителей при приобретении питьевого молока при осуществлении разовой покупки, %** [1]

Согласно приведенным данным можно отметить, что наиболее популярным форматом является литр питьевого молока (или если быть точнее 950 мл — наиболее распространенная упаковка), поскольку такой размер подходит семь-

ям без детей, семьям одним ребенком и индивиду, проживающему без семьи. Также при разовой покупке граждане, проживающие в одиночестве, могут приобретать упаковки питьевого молока в размере менее 1 литра. Семьи с двумя и более детей предпочитают приобретать более 1,5–2 литров и даже большие количества.

Не менее значимым представляется то, на что потребители при непосредственном принятии решения о покупке питьевого молока обращают внимание (рис. 2).

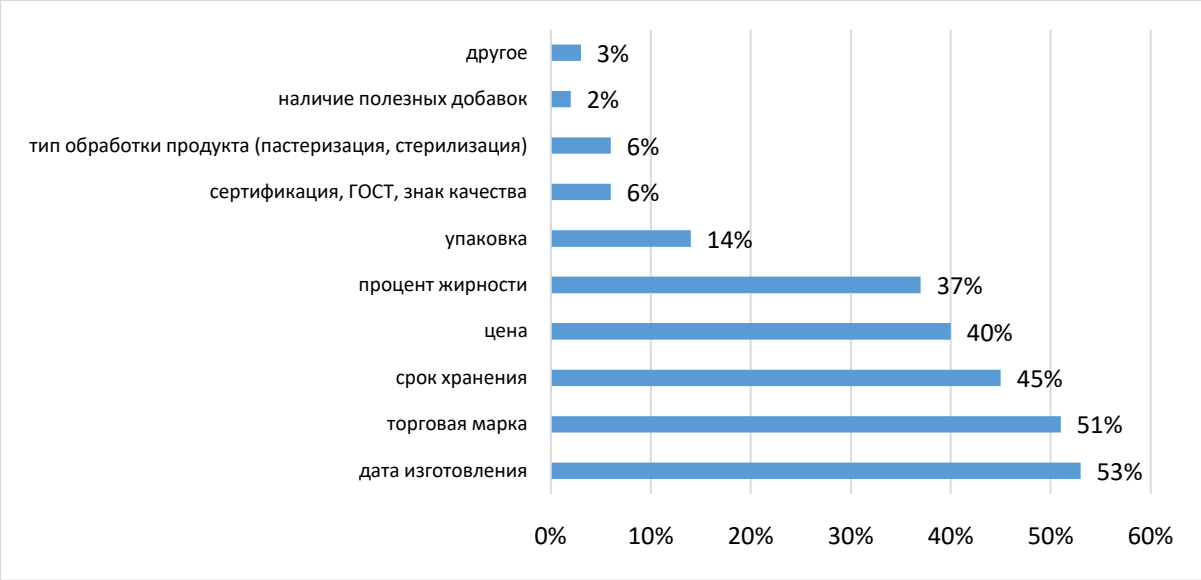


Рисунок 2 — **Факторы, на которые обращают внимание потребители при приобретении питьевого молока при осуществлении разовой покупки, %** [1, 2, 3]

Акцентируем внимание на том, что, прежде всего, потребители обращают внимание на дату изготовления продукта. Кроме того, крайне значимыми являются торговая марка (производитель), которая ассоциируется у потребителей с определенным уровнем качества; и срок годности, свидетельствующий о натуральности продукта. Соответственно, чем меньше срок годности, тем продукт более натурален и, наоборот.

В настоящее время потребители предпочитают продукты с коротким сроком годности, поскольку понимают, что это означает минимальное использование консервантов, стабилизаторов и т. д. [7]. Обратим также внимание на то, что цена имеет значение, и на нее приоритетно смотрят порядка 40 % респондентов при осуществлении своего выбора. Значимым является процент жирности продукта, причем одни потребители трактуют высокий процент жирности в качестве недостатка и предпочитают обезжиренные продукты, тогда как другие считают, что высокий процент жирности молока свидетельствует о его большей пользе для организма. Упаковка также выступает в качестве выбор образующего фактора.

Интересно то, что ряд потребителей предпочитает максимально эргономичную упаковку, удобную в хранении, но есть категория клиентов, для которых основное значение имеет экологичность упаковки и возможность ее вторичной переработки. Вопросы сертификации и типа обработки продукции представляются менее значимыми, поскольку большинство потребителей считают, что представленная в продаже

продукция, естественным образом, прошла необходимую сертификацию и тип обработки также отвечает существующим требованиям. На полезные добавки применительно к традиционному молоку немногие потребители обращают внимание.

Для понимания мотивов совершения покупки питьевого молока и прогнозирования популярности молочной продукции целесообразно также проанализировать то, как потребители воспринимают молочную продукцию (рис. 3).

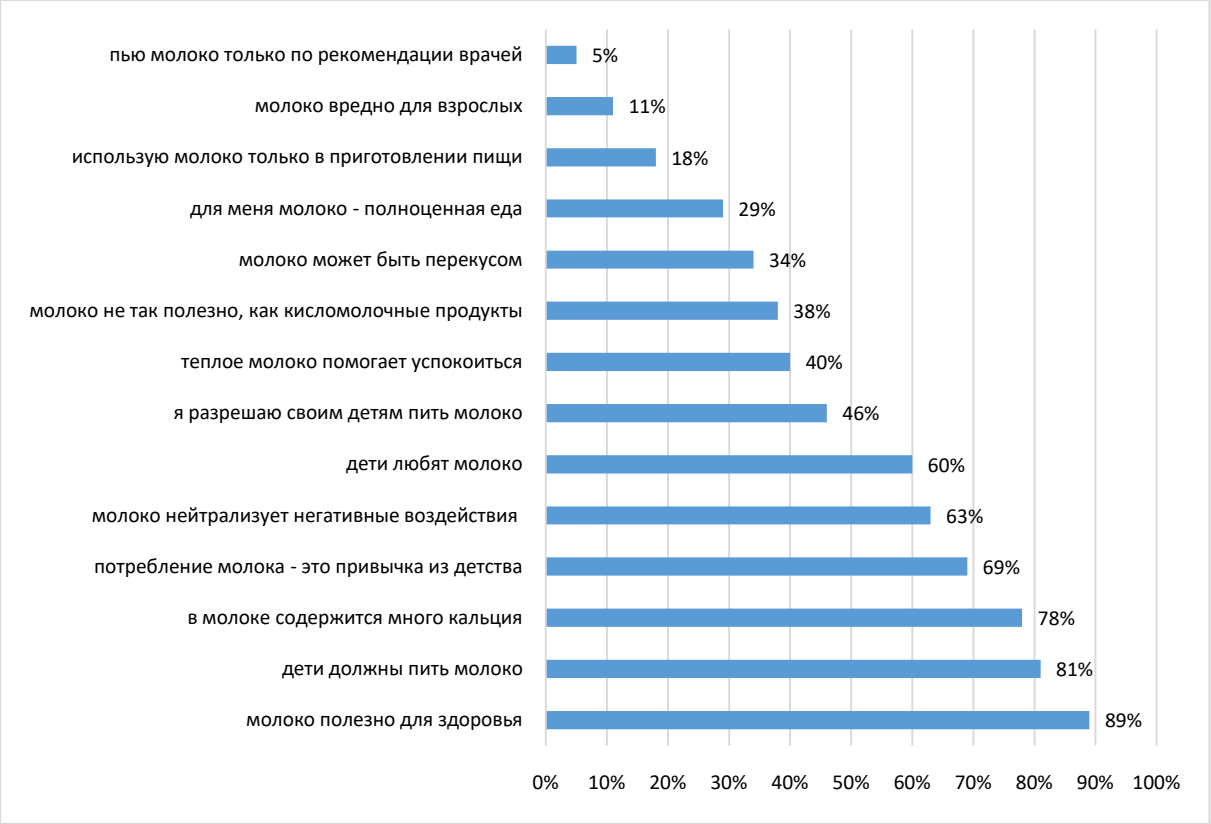


Рисунок 3 — **Мнение потребителей относительно питьевого молока, %** [1, 4]

Согласно представленным данным, подчеркнем, что большинство потребителей уверены в пользе молока, правильности его употребления детьми, наличии в нем полезных веществ, способности успокаивать, ряд потребителей считают его вариантом перекуса и/или полноценного приема пищи. Однако порядка 38 % респондентов полагают, что кисломолочные продукты, например, кефир, йогурт и т. д., полезнее для организма. Есть также те, кто пьет молоко только по рекомендации врачей, а также 11 % считают этот продукт вредным для взрослых. Естественным образом, это вызывает изменения в продуктовой линейке товаропроизводителей и позволяет прогнозировать, какие продукты могут быть популярными и создавать возможности для получения ценовой премии.

В данном ключе уже заметны определенные изменения в предпочтениях потребителей (например, приобретение альтернативного молока) и, соответственно, товарном предложении, что иллюстрируют данные исследования, проведенного Роскачеством. Интересно то обстоятельство, что потребители в возрасте старше 55 лет практические не склонны приобретать альтернативное молоко, тогда жители мегаполисов в

возрастном диапазоне от 18 до 24 лет расположены к такому продукту благосклонно [8]. Без дифференциации по возрасту потребителей можно привести следующие данные, демонстрирующие интерес к такому продукту (рис. 4).

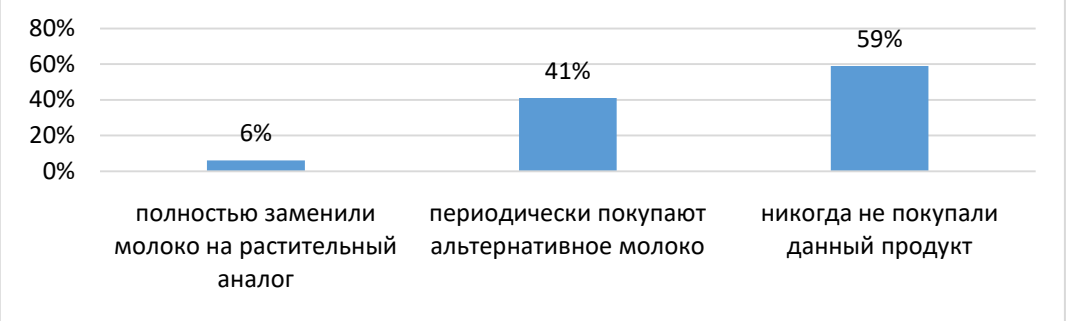


Рисунок 4 — **Распределение ответов респондентов в отношении приобретения альтернативного молока, %** [8]

Соответственно, настоящее время перешли на альтернативное молоко не более 6 % потребителей, тем не менее доля тех, кто периодически его приобретает, составляет более 40 %. Это уже перспективный рынок, представляющий интерес для компаний, производящих традиционную молочную продукцию, и возможных новых игроков на рынке.

В отношении мотивов выбора альтернативного молока может привести следующие данные (рис. 5).

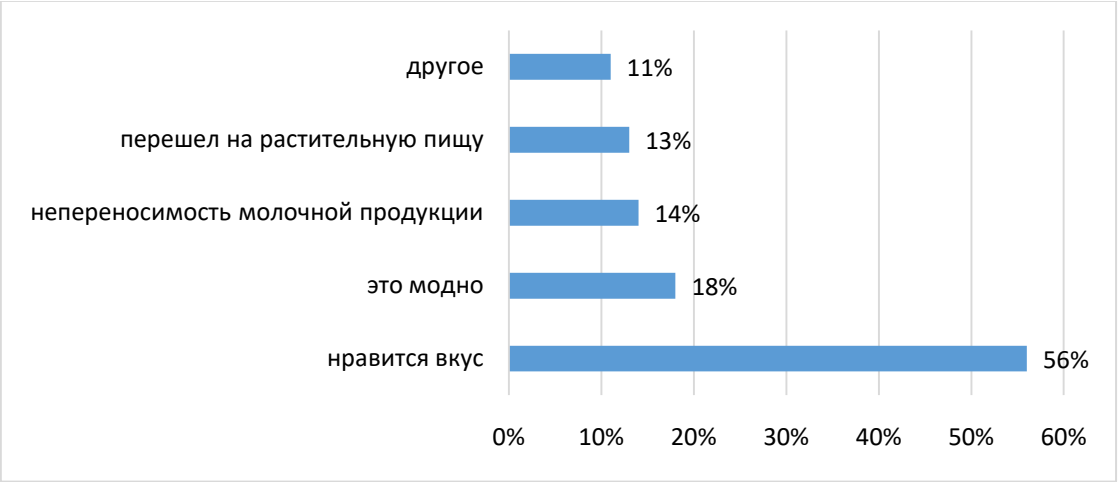


Рисунок 5 — **Распределение мотивов респондентов относительно причин приобретения альтернативного молока, %** [8]

Как видим, в приоритете вкусовые предпочтения, но ряд потребителей, в особенности, учитывая, что это, преимущественно, молодежь, предпочитают приобретать альтернативное молоко как дань моде, постепенно трансформируя свои предыдущие пищевые привычки.

Традиционно популярные кисломолочные продукты также начинают увеличивать свою востребованность в сравнении с традиционным питьевым молоком, кроме того, россияне проявляют интерес к зарубежным брендам, что является новым вызовом для российских производителей, опосредующим необходимость уточнения клиентских предпочтений и выведения на рынок востребованных новинок [9].

Выводы

Считаем, что на основании приведенных материалов и авторских аналитических обобщений можно сделать вывод о том, что традиционная молочная продукция остается достаточно популярной у россиян. Вместе с тем кисломолочная продукция, ввиду наличествующего мнения о возможном отсутствии пользы молока для взрослых, может в перспективе (из-за тренда на здоровое питание) стать в большей степени востребованной. Не менее интересной тенденцией является потребление альтернативного молока, в особенности среди молодежи, проживающей в мегаполисах. Это формирует новые возможности для товаропроизводителей в части выведения на рынок высоко маржинальной продукции, поскольку альтернативное молоко в 2–3 раза превышает по цене классический продукт. Выявление существующих предпочтений и прогнозирование будущих трендов в потребительском выборе способствует верным решениям в управлении продуктовым портфелем и наращивании конкурентоспособности бизнеса.

Библиографический список

1. *Ковалева, И. В.* Маркетинговые исследования предпочтений потребителей на рынке молочной продукции // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. — 2017. — № 3 (149). — С. 181–183.

2. *Ковалева, И. В., Хренова, Ю. В.* Маркетинговые исследования рынка сельскохозяйственной продукции // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. — 2012. — № 5 (91). — С. 143–146.

3. *Ковалева, И. В., Хренова, Ю. В.* Сегментация межфирменного окружения предпринимательских фирм // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. — 2009. — № 2 (52). — С. 72–76.

4. *Ковалева, И. В.* Проблемы активизации продовольственного маркетинга // Предпринимательство. — 2007. — № 5. — С. 146–147.

5. *Кулумбегов, М. М.* Анализ текущего состояния зарубежных и российских производителей оборудования для пищевой и молочной промышленности с использованием метода анкетирования // Вестник Евразийской науки. — 2018. — № 3.

6. *Николаева, М. А.* Рынок молочных товаров: состояние и перспективы развития // Индустрия питания. — 2018. — № 3. — Т. 3. — С. 78–85.

7. *Рева, Д. П.* Продукты питания с коротким сроком годности как точка роста для отечественных производителей // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2018. — № 2 (62).

8. Роскачество: 40 % россиян покупают альтернативное молоко [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.newsler.ru/society/2021/10/13/roskachestvo-40-rossiyan-pokupayut-alternativnoe-moloko.

9. Рынок кисломолочных продуктов 2020: статистика потребления в России и регионах [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://marketing.rbc.ru/research.

10. *Черняков, М. К., Чернякова, М. А., Акберов, К. Ч., Чернякова, И. А.* Молочная индустрия как стратегическое направление развития продовольственного рынка // Пищевая промышленность. — 2018. — № 4. — С. 33–37.

Bibliographic list

1. *Kovaleva, I. V.* Marketing research of consumer preferences in dairy market // Bulletin of Altai State Agrarian University. — 2017. — № 3 (149). — P. 181–183.

2. *Kovaleva, I. V., Khrenova, Yu. V.* Marketing research of agricultural products market // Bulletin of Altai State Agrarian University. — 2012. — № 5 (91). — P. 143–146.

3. *Kovaleva, I. V., Khrenova, Yu. V.* Segmentation of inter-firm environment of entrepreneurial firms // Bulletin of Altai State Agrarian University. — 2009. — № 2 (52). — P. 72–76.

4. *Kovaleva, I. V.* Problems of food marketing activation // Entrepreneurship. — 2007. — № 5. — P. 146–147.

5. *Kulumbegov, M. M.* Analysis of current state of foreign and Russian manufacturers of equipment for food and dairy industry using the questionnaire method // Bulletin of Eurasian Science. — 2018. — № 3.

6. *Nikolaeva, M. A.* Dairy products market: state and prospects of development // Food Industry. — 2018. — № 3. — Vol. 3. — P. 78–85.

7. *Reva, D. P.* Food products with a short shelf life as a growth point for domestic producers // Vestnik of RSUE (RINH). — 2018. — № 2 (62).

8. Roskachestvo: 40 % of Russians buy alternative milk [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.newsler.ru/society/2021/10/13/roskachestvo-40-rossiyan-pokupayut-alternativnoe-moloko.

9. Fermented milk products market 2020: consumption statistics in Russia and regions [Electronic resource]. — Mode of access: https://marketing.rbc.ru/research.

10. *Chernyakov, M K.., Chernyakova, M. A., Akberov, K. Ch., Chernyakova, I. A.* Dairy industry as a strategic direction of food market development // Food Industry. — 2018. — № 4. — P. 33–37.

В. Г. Халын, Т. В. Пархоменко, Н. В. Гузенко

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В статье охарактеризованы предпосылки развития экспортного потенциала юга России, обоснована необходимость увеличения пропускной способности транспортно-логистической инфраструктуры, представлены направления более рационального использования геополитического потенциала, резюмировано, что в отношении развития транспортно-логистической системы, экспортного и транзитного потенциала исследуемого региона наибольшую значимость имеют инвестиции в строительство региональных логистических распределительных центров, которые встраиваются в сбытовые цепи производств, развернутых на территории области или даже планируемых к размещению.

Ключевые слова

Логистика, экспортный потенциал, транзит, экономика региона.

V. G. Khalin, T. V. Parkhomenko, N. V. Guzenko

DEVELOPMENT OF EXPORT OPPORTUNITIES WITHIN LOGISTICS AND TRANSPORT SYSTEM IN ROSTOV REGION

Annotation

Article describes the prerequisites for development of export potential in southern Russia, justifies the necessity of increasing the throughput capacity in transport and logistics infrastructure, presents the directions for a more rational use of geopolitical potential, it is summarized that with regard to development of transport and logistics system, export and

transit potential of region under study, investments in construction of regional logistics distribution centers, which are built into supply chains of industries deployed in region or even planned to be deployed, have the greatest importance.

Keywords

Logistics, export potential, transit, regional economy.

Введение

Каждый регион России, используя геополитический потенциал и сложившуюся специализацию, получает возможность для развития конкурентоспособных отраслей в сферах хозяйственной деятельности, расширяя экспортный потенциал. Но, на наш взгляд, при всей важности экспортного направления, зафиксированной в национальном проекте «Международная кооперация и экспорт», при всей значимости поставленных целей по увеличению несырьевого и неэнергетического экспорта, вопрос может быть рассмотрен шире, в том числе и с позиции транзитного потенциала региона. Транзитный и экспортный потенциал взаимосвязаны и взаимозависимы. Экспортный потенциал основан не только на экспортно-ориентированном производстве, но и на пропускной способности транспортно-логистической инфраструктуры. Так, «в январе-октябре 2021 г. внешнеторговый оборот России составил, по данным Банка России, 633,9 млрд долларов (138,0 % к январю-октябрю 2020 г.), в том числе экспорт — 388,4 млрд долларов (145,3 %), импорт — 245,4 млрд долларов (127,9 %). Сальдо торгового баланса оставалось положительным, 143,0 млрд долларов (в январе-октябре 2020 г. — положительное, 75,5 млрд долларов)» [9].



Рисунок 1 — **Объемы экспорта-импорта Российской Федерации в 2020, 2021 гг. (в сравнении с 2019 г.)**

В общерегиональном зачете Ростовская область имеет очень хорошие экспортные показатели. Остановимся на ключевых направлениях, имеющих значение для развития транзитного потенциала (и экспортного, как его наиболее перспективной части) и в целом улучшения транспортно-логистической системы области.

Материалы и методы

«На юге страны и в Ростовской области в частности растут объемы агропромышленного и сельскохозяйственного производства, активизируются и успешно реализуются многочисленные научно-исследовательские разработки, увеличиваются мощности и объемы товарооборота предприятий, что

предполагает развитие транспортно-логистического сервиса, а значит, возникает и объективная потребность в развитии транспортно-логистической системы области. Реалии развития мировых логистических систем как механизма функционирования товаропроводящих артерий позволяют определить первостепенное значение развитию территорий, располагающих необходимыми ресурсами к проведению операций логистического транзита, обладающих выгодным географическим положением и возможностью качественного обслуживания многопрофильных материальных и сопутствующих потоков, проходящих через ЮФО по оптимальной траектории движения из Азии в Европу. И наша задача сделать здесь Ростовскую область ключевым звеном. Ограниченность пропускной способности региональных рынков, возможности их транспортного сообщения определяет ресурсы как экспортного, так и транзитного потенциала, выявляя недостатки эффективности логистики в системе распределения в комплексе» [7].

О необходимости комплекса услуг говорит не только потребность рынка в сервисном логистическом обеспечении, но и возрастающий с каждым годом спрос на качество и ускоренные временные показатели оказания услуг. Однако ситуация в целом по России выглядит не совсем благоприятно, о чем свидетельствует представленный ниже рисунок, который характеризует расширение самого понятия фулфилмента (рис. 2).



Рисунок 2 — **Показатели комплексности логистических услуг в России***

* *Составлен на основе данных [5].*

Зачастую функция транзитного потенциала более значима, чем экспортного. Это видно на таком наглядном примере, как экспорт зерна. Ростовская область, являясь лидером по производству зерна, имеет возможности экспортировать даже больше зерна, чем производит.

Результаты и обсуждение

Мировые лидеры и крупные федеральные компании осуществляют поставку продукции через Ростовскую область на территорию всего юга России через несколько эффективно функционирующих логистических центров, но недостаток таких объектов существенно отражается на объемах транзитного трафика региона.

Глобально исследуемая проблематика, в том числе и экспортные возможности транспортно-логистической системы Ростовской области, должны строиться «на развитии интермодальных и мультимодальных логистических опера-

ций, актуализироваться в формате организации управленческих циклов и трансформироваться в развитие транзитного аутсорсинга, поскольку недостаточная развитость логистической инфраструктуры существенный фактор, лимитирующий развитие и экспортного потенциала. В развитии нуждается инфраструктура, включающая транспортно-распределительные проекты, эксплуатацию складских комплексов, но первостепенная задача — это расширение возможностей логистического сервиса» [7].

И ключевое слово в понимании результативного развития и эффективного функционирования транспортно-логистической системы — это само понятие «система».

Практика, как известно, есть критерий истины, поэтому позволим проиллюстрировать научные наработки, придав им прикладной характер.

Ростовская область создала привлекательные условия для инвесторов и в Азовской промышленной зоне были развернуты мощности компании ООО «ПепсиКо Холдингс» по производству чипсов. Таких производств всего два в России. Далее стал вопрос о расширении производства и строительству новых линий. Потребности рынка дали такую возможность производителю. Но где строить новые линии в Азове или Кашире? Вопрос решился в пользу Азова Ростовской области. В пользу реализации данного проекта на указанной территории сыграли факты возведения и результативной деятельности Логистического терминала класса А, с использованием роботизированной техники и искусственным интеллектом, который позволил предоставить технологии по обработке продукции этой компании такие, которые никто другой в России предоставить не смог. Результат: новое производство размещено в Ростовской области, поставка продукции пошла по всей России через Ростовскую область, а это и новые рабочие места и налоги, как на производстве, так и на транспорте, ибо перевозчики преимущественно местные, что также благоприятно сказывается на росте транзитного потенциала.

Логистические технологии, безусловно, и с учетом географического положения области позволили организовать экспорт в 5 стран: Узбекистан, Казахстан, Грузию, Армению, Азербайджан (не всегда даже выгодное географическое положение области играет решающую роль). Самое главное — наличие логистической инфраструктуры.

«Регион и государство в целом способны получать колоссальную выгоду от операций логистического транзита, обеспечивающего сервисное сопровождение потоковых процессов на мировом уровне, что и предопределяет актуальность, своевременность и необходимость активизации транзитного и экспортного потенциала Ростовской области» [7].

В последние годы в области реализовано относительно много проектов по строительству складов, разрабатываются и реализуются планы дальнейшего развития, что способствует привлечению инвестиций и созданию новых рабочих мест. Это распределительные склады, работающие на потребительском рынке, которые в основном обеспечивают потребности электронной коммерции, в части оперативной доставки товаров народного потребления населению. Товары поставляются в штучном виде из разных регионов страны и не способствуют ни новому строительству, локализации и развитию производств на территории области, а значит, и развитию экспортных или транзитных возможностей области. А в рассматриваемом ключе, в части развития транспортно-логистической системы Ростовской области и ее экспортного и транзитного потенциала, важны инвестиции в строительство региональных логистических распределительных центров, которые встраиваются в сбытовые цепи производств, развернутых

на территории области или даже планируемых к размещению.

Для рассмотрения практических вопросов развития этого направления логистики и их учета при формировании стратегических вопросов развития транспортно-логистической системы области нужно понимать, что как показывает опыт, нужны инвестиции в строительство необходимых логистических центров. Это, как правило, местные инвестиции. Исключение — крупные морские порты и т. п.

Возможно, было бы полезным распространить действие фонда развития промышленности не только на строительство новых производств, но и на строительство инфраструктурных логистических центров, обеспечивающих такие производства системой распределения и сбыта готовой продукции, а также распространить инвестиционный налоговый вычет на объекты логистической инфраструктуры. Как мы видим на примере инвестиций, в частности такой компании как ООО «ПепсиКо Холдингс», решение о расширении производства принимаются, во многом учитывая возможности региональной транспортно-логистической системы, с ключевым показателем именно наличия логистических терминалов хранения и обработки продукции.

Выводы

Исходя из представленных выше факторов, для дальнейшего развития и усиления транзитного и экспортного потенциала Ростовской области необходимо предпринять следующее.

1. Процедура входа инвестора на территорию области. Принимая решения об инвестировании, рассматривая все возможные выгоды с точки зрения размещения производства, с позиции существующих в регионе преференций, инвестор получает необходимую информацию через профильные министерства и департаменты, если они привлекаются в рамках проектных портфелей агентства. Здесь важно комплексное участие различных ведомств в подготовке пакетной информации уже на моменте входа об имеющихся транспортно-логистических возможностях по организации транспортировки и сбыта продукции, что является немаловажным фактором, который будет учитываться при принятии решения о размещении производства.

2. Реализация инвестиционного проекта, особенно если речь идет о строительстве, как правило, вопрос не одного года. И понимая потребности инвестора, как на стадии входа, так и на стадии реализации проекта, можно предложить решения, направленные на максимально возможное удовлетворение этих потребностей, так, чтобы к моменту запуска производства, все они или большая их часть были учтены. Здесь еще один важный аспект. Поскольку развивать необходимую транспортную и логистическую систему будут местные предприятия, местные логистические операторы и центры, мы не просто помогаем инвестору, но и развиваем экономику региона, создаем новые рабочие места, увеличиваем поступления в бюджет региона.

3. На территории области уже реализованы крупные инвестиционные проекты. Владея информацией не частично, в соответствии с профилем каждого министерства или ведомства, а в комплексе, понимая узкие места, соотнося их с потенциалом развития производства, можно или помогать в поиске решения на основе имеющихся возможностей или создавать соответствующие условия.

Кроме того, решая вопросы функционального зонирования и развития территорий области, мы должны учитывать, какие производства с какими потребностями могут быть привлечены и заранее готовить всю логистическую инфраструктуру, не отдельно по каждому направлению, а комплексно в рамках системного подхода. Как показывает и мировой и российский опыт, одного на-

личия дорожной и инженерной инфраструктуры, без организации логистического сервиса, без создания современных высокотехнологичных логистических центров по хранению и обработке грузов, в той или иной степени отрицательно сказывается на инвестиционной привлекательности территории, снижает ее транзитный и экспортный потенциал.

Библиографический список

1. *Khalyn, V. G.* Logistics systems of warehousing and materials handling // European research studies journal. — 2018. — № 4. — Т. 21. — С. 893–902.

2. *Альбеков, А. У., Вазарханов, И. С., Ванюшкина, В. В., Пархоменко, Т. В., Пиливанова, Е. К., Полуботко, А. А.* Логистика в вопросах и ответах. — Ростов-на-Дону, 2016.

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

4. *Пархоменко, Т. В.* Развитие экологистики энергосистем в России // Инновационные достижения зеленой логистики: международный опыт и российская практика : материалы междунар. науч.-практ. конф. XIII Южно-Российский логистический форум. — Ростов-на-Дону, 2017. — С. 111–115.

5. Фулфилмент для интернет-торговли 2020 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://logistics.datainsight.ru/fulfilment-dlya-internet-torgovli-2020.

6. *Халын, В. Г.* Инновационное развитие транзитного потенциала юга России // Инфраструктура рынка: проблемы и перспективы : уч. зап. — Ростов-на-Дону, 2018. — С. 27–31.

7. *Халын, В. Г.* Развитие логистических систем распределения на основе активизации транзитного потенциала ЮФО : дисс. д. э. н. — Ростов-на-Дону, 2020.

8. *Халын, В. Г.* Функционирование интегративных логистических систем распределения в период пандемии // Логистика vs COVID-19: последствия, риски, новые возможности роста : материалы междунар. науч.-практ. конф. XVI Южно-Российский логистический форум. — Ростов-на-Дону, 2020. — С. 164–169.

9. О внешней торговле в январе-октябре 2021 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/mediabank/227_22-12-2021.

Bibliographic list

1. *Khalyn, V. G.* Logistics systems of ware-housing and materials handling // European research studies journal. — 2018. — № 4. — Vol. 21. — P. 893–902.

2. *Albekov, A. U., Vazarkhanov, I. S., Vanyushkina, V. V., Parkhomenko, T. V., Pilivanova, E. K., Polubotko, A. A.* Logistics in questions and answers. — Rostov-on-Don, 2016.

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

4. *Parkhomenko, T. V.* Development of eco-logistics of power systems in Russia // Innovative achievements of green logic: international experience and Russian practice : materials of international scient.-pract. conf. XIII South-Russian Logistics Forum. — Rostov-on-Don, 2017. — P. 111–115.

5. Fulfillment for online commerce 2020 [Electronic resource]. — Mode of access: http://logistics.datainsight.ru/fulfilment-dlya-internet-torgovli-2020.

6. *Khalyn, V. G.* Innovative development of transit potential of South of Russia // Market infrastructure: problems and prospects : scientific notes. — Rostov-on-Don, 2018. — P. 27–31.

7. *Khalyn, V. G.* Development of logistics distribution systems based on activation of transit potential of Southern Federal District : diss. of PhD in Economics. — Rostov-on-Don, 2020.

8. *Khalyn, V. G.* Functioning of integrative logistics distribution systems during the pandemic // Logistic vs COVID-19: consequences, risks, new growth opportunities : materials of international scient.-pract. conf. XVI South-Russian Logistics Forum. — Rostov-on-Don, 2020. — P. 164–169.

9. On foreign trade in January-October 2021 [Electronic resource]. — Mode of access: https://rosstat.gov.ru/mediabank/227_22-12-2021.

С. Г. Ярошенко

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОТРАСЛЕЙ И ХОЗЯЙСТВЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ РЕГИОНОВ В УСЛОВИЯХ COVID-19

Аннотация

В статье представлена и обоснована авторская позиция, согласно которой сбалансированное развитие в целом не может происходить изолированно от глобальных вызовов, провоцирующих или сдерживающих уровень роста социально-экономических показателей, охарактеризованы актуальные тренды развития хозяйственного комплекса Российской Федерации, раскрыты лейтмотивы формирования и мониторинга проектов сбалансированного развития, существенно отражающихся на поэтапном совершенствовании социально-экономических процессов в регионах России.

Ключевые слова

Регион, хозяйственный комплекс, отрасли, COVID-19.

S. G. Yaroshenko

INTERACTION OF INDUSTRIES AND ECONOMIC COMPLEXES OF REGIONS IN CONDITIONS OF COVID-19

Annotation

Article presents and substantiates the author's position, according to which balanced development in general cannot occur in isolation from global challenges, provoking or constraining the level of growth of socio-economic indicators, describes current trends in the development of economic complex of Russian Federation, reveals leitmotifs of forming and monitoring balanced development projects, significantly affecting the gradual improvement of social and economic processes in Russian regions.

Keywords

Region, economic complex, industries, COVID-19.

Введение

Развитие хозяйственного комплекса Российской Федерации с 2019 г. подвержено влиянию общей мировой ситуации, вызванной распространением COVID-19. Каждый сектор экономики, каждый элемент хозяйственного комплекса ощутили на себе определенное проявление уязвимости, изменения социально-экономического характера, временный спад, связанный с пандемией и многие другие негативные последствия. Ситуация, обусловленная влиянием COVID-19, в первую очередь отразилась на производстве, торговле, финансово-банковском секторе, но повсеместно затронула жизнь каждой семьи, каждого индивида.

За прошедшее с начала стремительно вспышки и распространения инфекции Coronavirus время, кризис по-

разному повлиял на основные экономические показатели отраслей, образовав значения спада, замедления роста, но в общем показатели в настоящем времени (начало 2022 г.) стабилизируются, и отрицательная динамика некоторых ВРП в общем выравнивается.

Кризис как отрицательная экономическая динамика, распространяющаяся в рамках хозяйственного комплекса, отражается на возможностях и показателях взаимодействия отраслей и сфер специализации каждого региона. Обеспечение социальных норм и гарантий, здоровья населения являются первостепенными задачами, но при этом важны меры бюджетного стимулирования региональной экономики, комплекс антикризисной денежно-кредитной политики и удержания объемов производства и экспортной политики на должном уровне.

Рост экономики регионов, который можно охарактеризовать замедлением на фоне развития COVID-19, существенно восстановился с ростом вакцинации населения. Именно поэтому, на наш взгляд, перспективы дальнейшего роста показателей социально-экономических систем в экономике России тесно связаны с показателями вакцинации населения.

В эпоху цифровизации, замены тяжелого человеческого труда автоматизацией трудоемких процессов, модернизации производственных фондов, человека, не может повсеместно заменить отлаженный информационный процесс или инновационный технико-технологический механизм. Поэтому определенные скачки на фоне очередных волн распространения COVID-19 существенно определяют показатели, связанные с заболеваемостью трудоспособного населения и характеристики, демонстрирующие функционирование хозяйственного комплекса России и мирового хозяйства в целом.

Сбалансированное развитие Российской Федерации в целом не может происходить изолированно от глобальных вызовов, способствующих повышению уровня роста социально-экономических показателей, либо сдерживают их.

Материалы и методы

«Перспективы пространственного развития Российской Федерации предстоит определять с учетом воздействия глобальных вызовов, среди которых наиболее значимыми для будущего развития социально-экономической системы страны представляются:

– завершение очередного цикла развития мировой экономики и переход к новому технологическому укладу, основанному на массовом применении инноваций в производственных процессах и в сфере услуг;

– постепенное изменение географической конфигурации мировых центров глобального экономического влияния в пользу развивающихся опережающими темпами государств Восточной, Юго-Восточной и Южной Азии, оказывающих растущее воздействие на все мирохозяйственные тенденции, включая движение потоков капитала, миграции трудовых ресурсов и др.;

– достижение критического уровня антропогенного и техногенного воздействия на биосферу Земли, ускорение негативных климатических изменений и значительное ухудшение состояния природных комплексов; происходящие высокими темпами глобальные изменения территориальной структуры расселения, существенное увеличение численности населения, проживающего в экологически неблагополучных регионах мира, а также на территориях с острым дефицитом сельскохозяйственных земель, источников чистой питьевой воды и др.» [4].

В эпоху развития зеленой экономики и энергетики, человеческого капитала, показателей несырьевого экспорта введение ограничений, конечно, временных и непродолжительных по своему характеру, существенно отразилось на экономике страны.

«Стремительное распространение COVID-19 на планете нанесло существенный удар по всем аспектам жизнедеятельности, изменив мир навсегда. Но сущностные характеристики, принесшие временную дестабилизацию, могут

нести и определенное количество возможностей, которые скрыты под образовавшейся в начале года паникой, проявлениями социальной нестабильности и многими другими негативными последствиями. На данном этапе необходимо исследовать, анализировать и систематизировать произошедшие изменения, охарактеризовать тренды и тенденции, которые свойственны логистике и управлению цепями поставок в новом формате, в условиях пандемии» [1].

Результаты

«Вторая волна COVID-19 прервала процесс восстановления мировой экономики. Вспышка коронавирусной инфекции COVID-19 в сочетании с ограничениями, введенными в связи с пандемией, остановила процесс развития мировой экономики во втором квартале 2020 г., когда ВВП сократился почти на 28 % к предыдущему кварталу с учетом сезонности. К началу третьего квартала 2020 г. постепенная отмена ограничений создала условия для быстрого восстановления экономической активности, особенно в обрабатывающей промышленности, а в странах еврозоны и США в третьем квартале 2020 г. были зарегистрированы рекордно высокие темпы роста ВВП (рис. 1). Однако уровень активности в сфере услуг оставался крайне низким, поскольку 4 потребители и предприниматели по-прежнему избегали личного общения. Несмотря на начавшееся восстановление экономики, в третьем квартале 2020 г. объем производства более чем в 90 % стран, для которых имеются данные, оставался ниже уровня четвертого квартала 2019 г. Новая волна COVID-19 прервала зарождающийся процесс восстановления: количество подтвержденных случаев заражения во всем мире превысило 65 млн, а ежедневный прирост числа заболевших составил почти 600 тыс. человек (рис. 2) [2]. Ускорение темпов заболеваемости привело к повторному введению ограничений, включая общенациональные локдауны в ряде стран еврозоны.



Рисунок 1 — **Мировой уровень промышленного производства и глобальный индекс PMI в обрабатывающих отраслях стали восстанавливаться** [5]

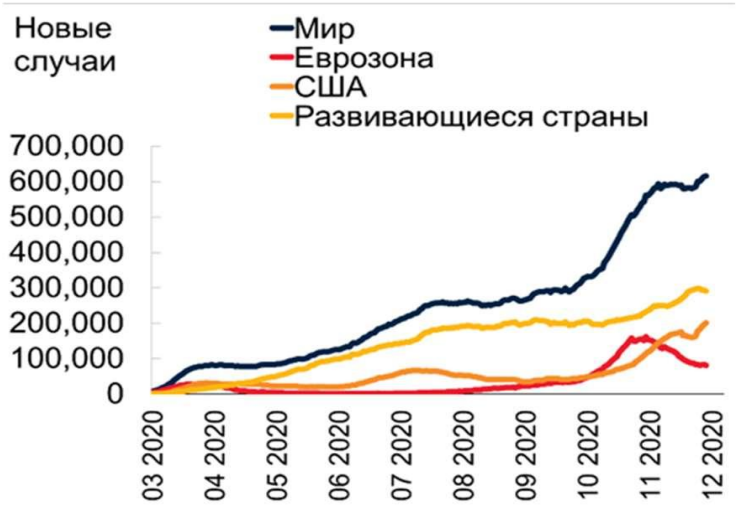


Рисунок 2 — **После периода стабилизации ежедневного числа новых случаев COVID-19 в четвертом квартале 2020 г. началась вторая волна коронавируса** [5]

«Снижение грузо- и особенно пассажиропотоков, наблюдающееся в глобальных форматах из-за за изоляции и понижения покупательской способности широких слоев населения, временная остановка промышленных и закрытие определенного числа коммерческих предприятий, породили неопределенность и неуверенность в будущем населения каждого государства. Но меры государственного регулирования логистических процессов в цепях поставок, поддержка отраслей специализации, малого и среднего бизнеса, налоговые каникулы, социальные дотации и иные льготы позволили поддержать не только российскую экономику, но и социальную сферу, обеспечив уверенность в завтрашнем дне». Для примера приведем следующую диаграмму (рис. 3) [1].

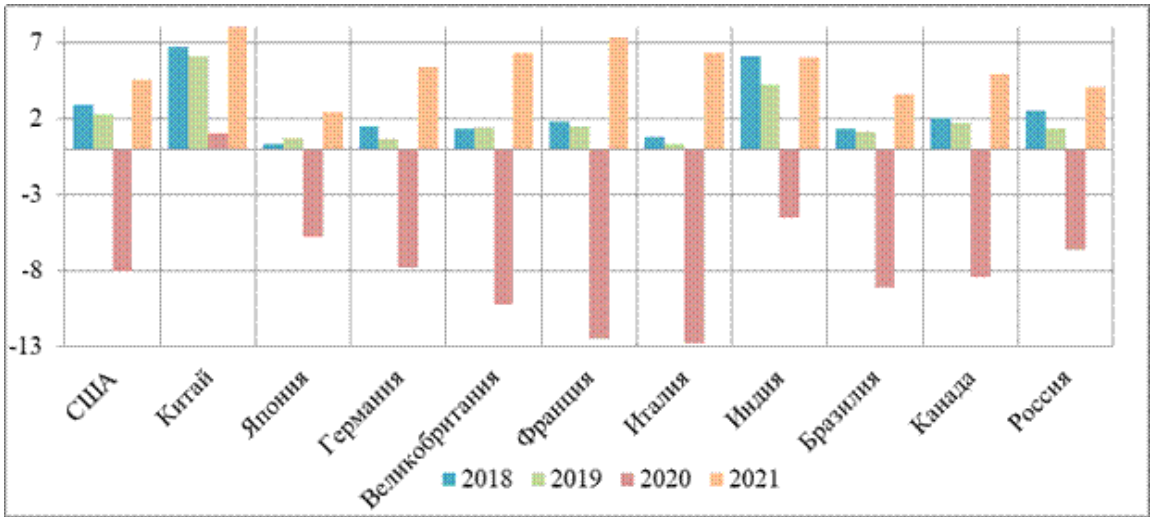


Рисунок 3 — **Фактические и прогнозные характеристики показателей ВВП в мире** [3]

Атрибутика экономического изложения характеристик сложившейся в контексте пространственной экономики ситуации в сфере научного осмысления не имеет четкой интерпретации в изменяющихся достаточно спонтанно усло-

виях. Можно с определенной четкостью полагать, что аргументация, возможности ретроспективного представления и анализа текущих показателей может с высокой вероятностью измениться, скорректироваться с распространением COVID-19. Но с тем же процентом уверенности исследователи-экономисты проектируют фьючерсные характеристики развития социально-экономических систем, действительный лишь в данном отрезке времени.

Охарактеризуем возможные действия и последствия действий, в определенной интерпретации предупреждающих воздействие кризиса на развитие производственных, социально-экономических, экспортных характеристик пространственного развития регионов Российской Федерации.

В рамках регрессионного анализа, представим несколько иллюстраций, способствующих адекватной интерпретации последствий распространения коронавирусной инфекции. Прогнозы могут сыграть регулятивную функцию в данном отношении. Их формирование и мониторинг могут существенно отразиться на поэтапном совершенствовании социально-экономических процессов в регионах России.

Существенные диспропорции регионального развития, которые характеризуют глобальную протяженность территориального устройства Российской Федерации, определенно отражаются на возможностях устойчивого развития хозяйственного комплекса страны, как в условиях кризиса, так и вне его влияния.

Обсуждение

В рамках теоретико-методической проработки и прикладного осмысления ретроспектив и современных тенденций развития, охарактеризовав существующие диспропорции и весомые различия, продемонстрируем значимость и роль сетевого взаимодействия отраслей и хозяйственных комплексов регионов в условиях COVID-19.

Вопросы, связанные с формированием траектории устойчивого развития территориальных образований в рамках распространения и пребывания в острых фазах кризиса затрагивались в научных исследованиях многих российских и зарубежных ученых, но эти труды получили новую интерпретацию и некоторые даже утратили свою значимость в условиях последнего социально-экономического кризиса, связанного с распространением COVID-19.

Абстрагированность от фундаментальных теоретико-методических разработок классического и инновационного стиля, в развитии региональной экономики, на первый взгляд, не может принести существенных результатов, но в условиях форс-мажорных ситуаций, каковыми, по сути и являются характеристики и показатели развития, спада, замедления роста социально-экономических систем, может предоставить значимый инновационно ориентированный характер экономического мышления и возможности стабильного роста отраслей специализации, обеспечивающих формирование ВРП.

Спорные, инновационно ориентированные модели и методики ускоренного роста социально-экономических систем, ориентированные на рост производительности и отчасти сырьевого экспорта, на каждом этапе развития хозяйственного комплекса регионов Российской Федерации, в условиях распространения кризиса могут быть существенно актуализированы. Результаты профессионального внедрения инновационных методик не могут быть интерпретированы вне текущей ситуации. Исследования и научные статьи, на протяжении многих лет обогатившие фундаментальную базу региональной экономики, нуждаются в существенной корректировке в ракурсе сложившихся и реализовавшихся с развитием коронавирусной инфекции перемен. Условия внешней и изменившейся среды предопределили корректировку значительно-

го количества планов, но, как мы упоминали ранее отказаться от планов развития в рамках координат стабильности, устойчивости прогресса не представляется возможным.

Иными словами, надежность и планомерность поэтапной реализации утвержденных планов устойчивого развития может быть скорректирована, но доминантная цель стратегического развития и социально-экономического роста регионов Российской Федерации, их сетевого взаимодействия, предоставляющего возможности и очерчивающего весомые перспективы фьючерсного роста, не опровержимы.

Выводы

Сроки реализации программ регионального развития экономической политики регионов Российской Федерации, утвержденные еще до активизации условий, факторов и детерминант последнего кризиса, могут быть скорректированы, но в общем и целом программы роста не изменятся.

Отмеченные признаки регрессии, характерные для мировой экономики и всех ее субъектов и объектов, уходят в прошлое, как и очередная фаза кризиса, очерчивая границы между научно обоснованным влиянием экономических барьеров и возникновением возможностей дальнейшего ускоренного роста, используя возможности, детерминированные кризисом. Стараясь компенсировать наступающие угрозы с помощью запрограммированных мер предосторожности, необходимо изыскать ресурсосодержащие доступные механизмы обеспечения экономической и бюджетно-финансовой безопасности развития социально-экономических систем. Определенные показатели их развития скорректировались на несколько лет с развитием последнего кризиса, но возможность получения действенных программ развития не оставляет соответствующих оперативных заключений в пользу мнения о приостановке последних.

Вслед за изменением параметров мировых экосистем трансформировались и внутристрановые и региональные подсистемы и двусторонние взаимосвязи. Отыскать наиболее оптимальные из них, значит, в рамках экономического познания определить пути разностороннего развития хозяйственного комплекса конкретного региона.

Особенности и обособленные характеристики научного исследовательского поиска формируют резонанс пересечения науки и практики. Острые углы пересечения фьючерсных характеристик и текущего функционирования пространственных систем накладывают определенный отпечаток на программы текущего мониторинга существующих условий, параметров и детерминант устойчивого развития территорий. При этом движение мысли в рамках экономического анализа пространственного развития от общего к частному, предполагает своеобразную научную интерпретацию осмысленных ранее ведущими учеными научных доводов, но время реакции научного сообщества может быть замедленно. Вследствие указанных барьеров и круга определенных образующихся возможностей, считаем обоснованным получение контура модернизационных преобразований, разработанных и предназначенных специализированно для адаптации экономики России к сложившимся на мировой и внутристрановой арене обстоятельствам, интерпретированным в формат

Проникновение влияния кризиса, порожденного распространением коронавирусной инфекции, оставило неизгладимый отпечаток на развитии экономики в мире, не упустив в своем деструктивном воздействии и социально-экономическую систему российских регионов, не определяя отличия от общемировых тенденций, подтверждая обобщенность особенностей регионального развития и трансформации существующих диспропорций.

Библиографический список

1. *Альбеков, А. У., Пархоменко, Т. В.* Перспективные направления развития логистических систем в условиях пандемии COVID-19 // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Сер. Социально-экономические науки. — 2021. — № 1. — Т. 14. — С. 114–121.

2. Доклад об экономике России № 44. Рост экономики России замедляется на фоне второй волны COVID-19: надежды на улучшение ситуации связаны с появлением вакцины [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://thedocs.worldbank.org. — С. 24.

3. *Дробот, Е. В., Макаров, И. Н., Назаренко, В. С., Манасян, С. М.* Влияние пандемии COVID-19 на реальный сектор экономики // Экономика, предпринимательство и право. — 2020. — № 8. — Т. 10. — С. 2135–2150.

4. Концепция Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2030 г. — М., 2016. — С. 5.

5. Haver Analytics; Всемирный банк. Университет Дж. Хопкинса [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://pubdocs.worldbank.org/en/1893516 08098609835/Russia-Economic-Report-44-in-Russian.pdf.

Bibliographic list

1. *Albekov, A. U., Parkhomenko, T. V.* Prospective directions of logistic systems development under COVID-19 pandemic // Bulletin of South Russian State Technical University (NPI). Series: Socio-Economic Sciences. — 2021. — № 1. — Vol. 14. — P. 114–121.

2. Report on Economy of Russia № 44. Russia's economic growth slows down against the backdrop of the second wave of COVID-19: hopes for improvement are linked to appearance of vaccine [Electronic resource]. — Mode of access: https://thedocs.worldbank.org.

3. *Drobot, E. V., Makarov, I. N., Nazarenko, V. S., Manasyan, S. M.* Impact of COVID-19 pandemic on real sector of economy // Economics, entrepreneurship and law. — 2020. — № 8. — Vol. 10. — P. 2135–2150.

4. Concept of Strategy of Spatial Development of Russian Federation for the period up to 2030. — M., 2016. — P. 5.

5. Haver Analytics; World Bank. Johns Hopkins University [Electronic resource]. — Mode of access: https://pubdocs.worldbank.org/en/1893516 08098609835/Russia-Economic-Report-44-in-Russian.pdf.

РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

С. А. Булгаков

ПРОБЛЕМЫ ТРАНСФОРМАЦИИ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ОСНОВЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация

Под влиянием пандемии COVID-19 ускорились процессы внедрения цифровых технологий в деятельность коммерческих организаций и актуализировались вопросы, связанные с цифровой трансформацией системы внутреннего контроля (далее — СВК). В статье рассмотрены основные направления внутреннего контроля в зависимости от его временной направленности, а также исследована практика развития системы внутреннего контроля в крупных компаниях на основе цифровых технологий. Определены проблем при внедрении цифровых технологий в рамках СВК, а также проблемы трансформации ее основных элементов, выделяемых в соответствии с концепцией COSO в условиях применения сквозных цифровых технологий, и предложены пути их решения.

Ключевые слова

Система внутреннего контроля, цифровые технологии, риск-ориентированный подход.

S. A. Bulgakov

PROBLEMS OF TRANSFORMATION OF INTERNAL CONTROL SYSTEM BASED ON DIGITAL TECHNOLOGIES

Annotation

Under the influence of the COVID-19 pandemic, processes of introducing digital technologies into activities of commercial organizations have accelerated and issues related to the digital transformation of internal control system that promotes compliance with current legislation and internal regulations of organization, reliability of financial and non-financial reporting, as well as achievement by business entities of goals set within framework of their strategies have been updated. Article considers the main directions of internal control depending on its temporal orientation, and also examines the practice of developing an internal control system in large companies based on digital technologies. Problems in implementation of digital technologies within internal control system are identified, as well as the problems of transformation of the main elements of internal control system allocated in accordance with the COSO concept in context of the use of end-to-end digital technologies, and ways to solve them are proposed.

Keywords

Internal control system, digital technologies, risk-oriented approach.

Введение

Согласно результатам исследования, проведенного в 2020 г. международной сетью аудиторско-консалтинговых компаний Pricewaterhouse Coopers и посвященного проблемам функционирования системы внутреннего контроля, лишь 5 % достигли уровня

ее зрелости, что предполагает соответствие процессов внутреннего контроля лучшим практикам, использование цифровых технологий для выполнения контрольных процедур, тестирования и мониторинга их эффективности, а также наличие эффективной контрольной среды, являющейся фундаментом СВК [6].

Модель внутреннего контроля, основанная на классическом подходе, не отвечает в полной мере требованиям современного бизнеса. Внутренний контроль должен базироваться на применении практики мониторинга наиболее рисковых процессов в режиме, близком к реальному, а также использование сквозных цифровых технологий.

Результаты опроса, проведенного Deloitte осенью 2020 г. [11], свидетельствуют о том, что только 22 % респондентов заявили об использовании сквозных цифровых технологий (искусственный интеллект, роботизированная автоматизация процессов, расширенная аналитика) в рамках СВК. Ограниченное использование цифровых технологий приводит к растущему разрыву между стратегией и поставленных в ее рамках целей и способностью функций управления рисками, контроля обеспечить реализацию избранной стратегии.

Трансформация СВК актуализирует вопросы, связанные с использованием применением сквозных цифровых технологий, инструментов обработки и анализа цифровых данных, совершенствование технологий внутреннего контроля на основе риск-ориентированного подхода.

В условиях ограниченности ресурсов для обеспечения устойчивого развития в коммерческих организациях растет востребованность инструментов внутреннего контроля, нацеленных на повышение эффективности использования и управления ресурсами. На современном этапе необходим комплексный подход к построению СВК, что позволит повысить эффективности деятельности хозяйствующих субъектов.

Материалы и методы

Материалами исследования выступают труды зарубежных и российских ученых в изучении внутреннего контроля. В процессе исследования использовался ряд методов научного познания: дедукция, анализ, синтез, обобщение, описание, системный и риск-ориентированный подходы.

Обсуждение

В современных условиях, необходим анализ сложившейся практики применения цифровых технологий во внутреннем контроле и понимание перспектив развития систем внутреннего контроля хозяйствующих субъектов. Использование цифровых технологий способствует развитию методического обеспечения внутреннего контроля на основе риск-ориентированного подхода, что определило актуальность темы.

Цифровые технологии в настоящее время активно используются бизнесом в целях повышения эффективности деятельности. Они оказывают влияние на все элементы СВК. Функционирование устойчивой СВК возможно на основе совершенствования процесса оценки меняющихся рисков, их выявления и анализа, ускорения мониторинга и применения соответствующих контрольных действий, осуществляемых в различных временных срезах.

В таблице 1 представлены основные направления внутреннего контроля, используемые в хозяйствующих субъектах в зависимости от его временной направленности.

Пандемия послужила триггером для широкого использования цифровых технологий в рамках СВК в целях оптимизации решения рутинных задач, осуществления коммуникаций, контрольных действий.

Таблица 1 — **Основные направления внутреннего контроля, используемые в хозяйствующих субъектах в зависимости от его временной направленности**

Временная направленность внутреннего контроля	Направления внутреннего контроля
Прошлое	Ретроспективный анализ, выявление тенденций, характерных для будущего, понимание событий, произошедших в прошлом. Ранняя диагностика проблем, рисков, которые могут реализоваться в будущем. Проведение внутреннего аудита, аудита на соответствие, обзоры после действий, такие как анализ реакции на неблагоприятное событие
Настоящее	Текущий контроль и выявление вновь возникающих новых рисков, оказывающих влияние на деятельность организации
Будущее	В рамках СВК используется прогнозная финансовая и нефинансовая информация, моделирующая предстоящие события, а также последствия уже произошедших событий, которые могут повлиять на реализацию поставленных организацией целей. Использование искусственного интеллекта, прогнозной и предписывающей аналитики позволяет заранее выявлять возникающие риски (например, прогнозная модель, построенная с использованием исторической записи выверки счетов, может прогнозировать будущие отклонения с точностью более 95 %) [11]
Прошлое и настоящее	Осуществление надзора, предполагающего контроль за выполнением операций в прошлом и настоящем, оценку рисков и мер реагирования на них, анализ и сверку финансовой и нефинансовой отчетности

На основе изучения актуальных вопросов, рассматриваемых внутренними аудиторами в отношении совершенствования СВК и аудита в рамках ежегодно проходящих национальных конференций, проводимых Институтом внутренних аудиторов в России, была обобщена практика развития СВК в крупных компаниях на основе цифровых технологий (табл. 2).

Таблица 2 — **Обобщение практики развития СВК в крупных компаниях на основе цифровых технологий за 2017–2021 гг.** [1, 2, 4, 5]

Организация	Используемые цифровые технологии
ПАО «МегаФон»	Внедрение GRC (Governance, Risks and Compliance)
SAP GRC CIS	Система SAP GRC, применяемая для «управления рисками, выявления хищений, слабых мест, диагностики ошибок и нарушений регламента, мошенничества в бизнес-процессах и включающая «компоненты для диагностики несанкционированного доступа и распределения должностных обязанностей, управления процессами соответствия требованиям регуляторов, налоговых органов и достоверности финансовой отчетности, накопления информации об отклонениях в базе знаний и их классификации по результатам регрессионного анализа и обучение нейронной сети» [1]
ПАО «Аэрофлот»	Использование программного обеспечения для управления аудитом SAP Audit Management, ориентированного на оптимизацию процесса аудита, мониторинг исполнения рекомендаций, соблюдение требований МСВА и позволяющего ускорить процесс аудита, повысить его прозрачность, снизить операционные затраты на обеспечение его качества
Юго-Западный банк ПАО «Сбербанк»	Использование машинного обучения для сбора ранее неиспользуемых данных, создание «адаптивных систем мониторинга, анализа информационных потоков организации, выявления социальных связей между сотрудниками и клиентами» [1]
Российское отделение ACFE	Использование технологий интернета вещей позволяет контролировать действия сотрудников автоматически на основе генерации больших данных (Big Data). Для повышения качества больших данных необходимо исключить сбои в работе оборудования, ошибки в программах

Организация	Используемые цифровые технологии
Диджитал Дизайн (Digital Design)	Платформенное решение «АВАКОР» как единая автоматизированная информационная система корпоративного контроля, предполагающая создание «единой базы данных знаний/статистики, внутреннего контроля, управления рисками и комплаенс-контроля на основе процессного подхода» [1]
ПАО «Сбербанк»	Использование автоматизированных алгоритмов и моделей, заложенных в основу роботизации многих процессов совершения операций с клиентами (например, принятие роботами решений по массовым операциям либо рутинным задачам, требующим большого вовлечения персонала (70 % кредитных решений принимаются автоматически); использование чат-ботов и речевых ассистентов для взаимодействия с клиентами)
ПАО «Ростелеком»	Внедрен непрерывный аудит, предполагающий использование цифровых систем аналитики, что позволило повысить качество и своевременность рекомендаций с учетом стратегических скорость рисков, анализа и обработки данных, расширить зона контроля
ПАО «Банк ВТБ»	Использование «непрерывного аудита, аналитики, дэшбордов (индикаторы для выявления транзакций с повышенным риском, анализ данных для улучшения методов выборки» [5] и т. п.), методов и инструментов цифрового аудита, что позволило сделать акцент на оценке эффективности бизнес-процессов и поиске решений их оптимизации
ГК «Ростех»	Автоматизация проверок и ревизий финансово-хозяйственной деятельности на основе цифровых технологий позволила повысить «скорость, качество и эффективность взаимодействия между внутренним аудитом и заказчиками» [5]
ПАО «Аэрофлот»	Использование «непрерывного аудита, внедрение методов анализа и визуализации данных с акцентом на проведение оценки эффективности организации бизнес-процессов, реализующих стратегические цели Группы (стратегический аудит)» [5]
SAS Institute Russia & CIS	Использование процессной аналитики (Process Mining) в целях автоматического выявления нарушений и отклонений в бизнес-процессах

Обзор практики применения цифровых технологий в рамках цифровой СВК свидетельствует о широких возможностях в части интерпретации данных и выявленных отклонений в режиме близком к режиму реального времени, что позволяет осуществлять непрерывный аудит и мониторинг. При этом в отношении временной направленности фокус смещается от анализа прошлого и акцента на вторую линию на настоящее и будущее с акцентом на первую линию. При этом упор должен делаться на решение проблем кибербезопасности и контроль и верификацию функционирования моделей и алгоритмов.

Результаты

В числе важнейших проблем при внедрении цифровых технологий в рамках СВК следует выделить: низкий уровень цифровизации, наличие в организации большого количества неинтегрированных информационных систем, использование разных программных продуктов для визуализации данных в разных подразделениях, необходимость наличия в организации больших вычислительных мощностей для анализа больших данных, низкий уровень структуризации и систематизации имеющихся в коммерческой организации баз данных, повышенное внимание к вопросам кибербезопасности с учетом особенностей внедряемых цифровых технологий.

Исследуем проблемы трансформации основных элементов СВК, выделяемых в соответствии с концепцией COSO в условиях применения сквозных цифровых технологий, и предложим пути их решения.

Первый, важнейший элемент СВК «Контрольная среда» требует создания атмосферы цифрового доверия среди персонала организации, что может быть обеспечено на основе раскрытия этических аспектов применения цифровых

технологий в соответствующих регламентах организации и их последовательного соблюдения. Процессы цифровой трансформации оказывают существенное влияние и на организационную структуру, которая должна учитывать ключевые области полномочий, ответственности и порядок подотчетности. Использование цифровых технологий требует внесение изменений в должностные инструкции, описывающие распределение полномочий и ответственности работников организации. Существенно изменились и требования к знаниям и навыков сотрудников, Важнейшими навыками в настоящее время становятся цифровые навыки. Данный аспект должен найти отражение не только в важнейших регламентах организации, касающихся кадровой политики в отношении набора персонала, требований к нему, обучения и повышения квалификации. Цифровая трансформация СВК предполагает создание кросс-функциональной команды, объединяющей высококвалифицированных специалистов с различными навыками и опытом (внутренние аудиторы, внутренние контролеры, специалисты по управлению рисками, комплаенсу, технические специалисты, аналитики) работает над достижением общей цели организации. Разработанные ранее и уточненные регламенты организации могут быть положены в основу алгоритма для роботизации процессов.

Второй элемент СВК «Оценка рисков» подвержен существенной трансформации в виду того, что применение цифровых технологий несет в себя новые, неизвестные ранее, риски, связанные с кибербезопасностью организации. Комитет организаций-спонсоров Комиссии Тредвея проводит большую работу в данной направлении публикуя на своем сайте следующие руководства, посвященные особенностям применения цифровых технологий: «Реализуйте весь потенциал искусственного интеллекта» (2021 г.) [10]; «Управление рисками предприятия для облачных вычислений» (2021 г.) [8]; «Блокчейн и внутренний контроль: перспектива COSO» (2020 г.) [9]. В данных руководствах раскрываются возможности применения цифровых технологий в деятельности организаций, их влияние на СВК, а также отмечается появление новых рисков, которые должны быть выявлены и учтены с целью эффективного реагирования на них и максимизации выгод для всех заинтересованных сторон.

Руководства помогают организациям согласовать управление рисками со своей стратегией и реализацией инициатив в области использования цифровых технологий.

Коммерческие организации в условиях цифровой трансформации должны оценивать риски, которые связаны с развертыванием избранных ими цифровых технологий и могут привести к ущербу репутации организации, к штрафам и судебным искам со стороны регулирующих органов. Данный момент свидетельствует о необходимости применения концепции COSO ERM, ориентированной на разработку, внедрение стратегии, структуры управления, управление рисками, реагирование на риски и надзора за ними в целях реализации потенциала внедряемых цифровых технологий.

Повышенные риски, связанные с применением цифровых технологий в рамках СВК, а также внутреннего аудита, проявляются в условиях, когда управленческие решения принимаются на основе моделей и алгоритмов. При этом одна ошибка в них оказывает влияние на весь процесс принятия управленческих решений.

Поскольку ландшафт рисков становится сложным и изменчивым функции по управлению рисками и внутреннему контролю требуют адаптации и обновления. При этом необходимо обратить особое внимание на решение проблемы в отношении качества аналитики, организации мониторинга и полу-

чения информации о риске в режиме близком к режиму реального времени. Использование прогнозной аналитики и сценарного прогнозирования позволит осуществлять оценку и управление рисками в целях достижения поставленных хозяйствующим субъектом целей и создания добавленной стоимости.

Третий элемент СВК «Информация и коммуникация» в условиях цифровой трансформации нацелен на формирование единого информационного пространства. Использование цифровых технологий позволяет усилить контрольную функцию, например, блокчейн поддерживает целостность записей, обеспечивает их надежность, повышает прозрачность транзакций, открывает новые возможности для осуществления эффективных коммуникаций ключевыми заинтересованными сторонами. Как показывает практика, многие коммерческие организации стремятся создать цифровые платформы для взаимодействия с заинтересованными сторонами (покупателями, поставщиками, акционерами и т. д.), в целях повышения эффективности как коммуникаций, так и деятельности организации в целом. Пандемия стала вызовом и катализатором изменений в глобальных коммуникациях, что не могло отразиться и внутри организации. Данные изменения коснулись как организации работы, взаимодействия сотрудников и всех заинтересованных сторон, вызвали перестройку деятельности компаний и появление новых цифровых сервисов, цифровых платформенных решений и бизнесов.

Совершенствование четвертого элемента СВК «Контрольные действия» связаны с тем, что большинство цифровых технологий открывает широкие возможности, связанные с минимальным вмешательством человека в фиксацию транзакций, их проверку, исключая тем самым человеческий фактор и снижая риски недобросовестных действий. Цифровые технологии открывают широкие возможности и в части визуализации результатов деятельности организации, результатов проведенных контрольных процедур. При этом отпадает необходимость выборок в ходе проверок.

Эволюционирующая на базе сквозных цифровых технологий СВК предполагает использование распределенных контролирующих устройств, сигнализирующих о наличии отклонений в контролируемых процессах.

В отношении пятого элемента СВК «Мониторинг» использование цифровых технологий означает переход к непрерывному и сплошному мониторингу деятельности организации, поскольку при осуществлении контрольных действий они применяются ко всей совокупности операций. Это позволит обеспечить комплексный и системный подход к разработке рекомендаций по совершенствованию СВК.

Выводы

Цифровая трансформация СВК требует интеграции в организации используемых информационных систем и программных продуктов, наличия больших вычислительных мощностей для анализа больших данных, структуризации и систематизации имеющихся в коммерческой организации баз данных, повышенного внимания к вопросам кибербезопасности с учетом особенностей внедряемых цифровых технологий.

Сквозные цифровые технологии позволяют идентифицировать риски, получать информацию в режиме, близком к реальному времени, осуществлять непрерывный и сплошной мониторинг, тем самым повышая устойчивость коммерческой организации на основе проактивного подхода.

Трансформация СВК на основе цифровых технологий позволяет обеспечить всеобъемлющий и комплексный подход, позволяющий перейти к непрерывному аудиту и мониторингу, согласовывать оценку и управление рисками со стратегией, способствует созданию экосистемы внутреннего контроля, ко-

торая обеспечивает взаимодействие участников всех трех линий в соответствии с моделью COSO, и исключает дублирование функций.

Библиографический список

1. Итоги VIII Региональной Конференции Института внутренних аудиторов «Внутренний аудит в России» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://gaap.ru.

2. Итоги XI Национальной конференции Института внутренних аудиторов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://bosfera.ru.

3. *Макеев, Р. В.* Постановка систем внутреннего контроля: от проверок отчетности к эффективности бизнеса. — М., 2008.

4. Результаты XII Национальной конференции Института внутренних аудиторов «Внутренний аудит в России: новое десятилетие» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://risk academyrus.wordpress.com.

5. Тенденции развития внутреннего аудита: результаты XIII Национальной конференции Института внутренних аудиторов «Внутренний аудит в России» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://gaap.ru.

6. Управление функцией внутреннего контроля [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.pwc.ru.

7. Applying COSO's Framework to Implement and Scale AI [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https:// deloitte.wsj.com.

8. Enterprise Risk Management for Cloud Computing [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.coso.org.

9. Blockchain and internal control: the COSO perspective [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www. coso.org.

10. Realize the Full Potential of Artificial Intelligence [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www. coso.org.

11. *Rubin, S., Huelsman, T., Velayo, J., Berman A., Gaglio J.* Petrovski 4 Lines of Sight on Resilient Internal Controls [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://deloitte.wsj.com.

Bibliographic list

1. Results of VIII Regional conference of Institute of Internal Auditors «Internal audit in Russia» [Electronic resource]. — Mode of access: https://gaap.ru.

2. Results of XI National Conference of Institute of Internal audit [Electronic resource]. — Mode of access: https://bosfera.ru.

3. *Makeev, R. V.* Setting up internal control systems: from reporting checks to business efficiency. — M., 2008.

4. Results of XII National Conference of Institute of Internal Auditors «Internal Audit in Russia: a new decade» [Electronic resource]. — Mode of access: https://riskacademyrus.wordpress.comю

5. Trends in development of internal audit: results of XIII National Conference of Institute of Internal Auditors «Internal Audit in Russia» [Electronic resource]. — Mode of access: https://gaap.ru.

6. Management of internal control function [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.pwc.ru.

7. Applying COSO's Framework to Implement and Scale AI [Electronic resource]. — Mode of access: https:// deloitte.wsj.com.

8. Enterprise Risk Management for Cloud Computing [Electronic resource]. — Mode of access: https://www. coso.org.

9. Blockchain and internal control: COSO perspective [Electronic resource]. — Mode of access: https:// www.coso.org.

10. Realize the Full Potential of Artificial Intelligence [Electronic resource]. — Mode of access: https:// www.coso.org.

11. *Rubin, S., Huelsman, T., Velayo, J., Berman, A., Gaglio, J.* Petrovski 4 Lines of Sight on Resilient Internal Controls [Electronic resource]. — Mode of access: https://deloitte.wsj.com.

Н. В. Бухов

ФОРМИРОВАНИЕ АДАПТИВНОЙ МОДЕЛИ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА

Аннотация

В статье отражены особенности организации и функционирования адаптивной учетно-аналитической системы для целей функционально-стоимостного анализа. Проведена группировка ключевых составляющих информационной и учетно-аналитической системы предприятия, выделены потоки данных, предложена авторская адаптивная модель учетно-аналитической системы предприятия, ориентированной на внедрение и использование комплекса инструментов функционально-стоимостного анализа, выделена роль и место в структуре экономических процессов предприятия, предложена авторская программная поддержка (информационная система — цифровой двойник) информационной системы организации.

Ключевые слова

Функционально-стоимостной анализ, учетно-аналитическое обеспечение, информационная система, информационные потоки, цифровой двойник.

N. V. Bukhov

FORMATION OF ADAPTIVE MODEL OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL SYSTEM OF ORGANIZATION FOR PURPOSES OF FUNCTIONAL AND COST-BENEFIT ANALYSIS

Annotation

Article reflects the features of organization and functioning of adaptive accounting and analytical framework for purposes of functional and cost analysis. The main elements of accounting and analytical framework are highlighted and grouped, information flows are reflected, structure of a modern accounting and analytical system of commercial organization for purposes of functional cost analysis and its place in structure of economic processes of enterprise is proposed, author's software support (information system and a digital twin) of information framework of company is proposed as well.

Keywords

Functional and cost analysis, accounting and analytical support, information system, information flows, digital twin.

Введение

Формирование цифровой аналитической среды предопределяется качеством информационных ресурсов, методик и инструментария для их обработки и передачи, а также согласованности различных источников получения информации. Эффективность использования информации обеспечивается своевременным агрегированием информационного потока, востребованности обработанной информации и надежность системы хранения данных.

Анализ современных научных источников позволяет обобщить, что «переход к цифровой экономике, цифровизация хозяйственных процессов позволила применять не только качественно новые форматы взаимодействия экономических субъектов, но и предъявила

новые требования к идентификации объектов учета и анализа, структуризации учетно-аналитической информации с использованием IT в рамках учетно-аналитической системы организации, ориентацией ее на принятие управленческих решений. Появление новых аналитических инструментов и программных сервисов способствует переходу на новый уровень качества осуществления деятельности» [1].

Современные тенденции экономических исследований в основном позиционируют реализацию информационного сопровождения процессов управления в бизнес-структурах с учетом результативности, адаптивности, эффективности, и гибкости модели моделей учетно-аналитических систем. Особенно остро стоят вопросы создания эталонных моделей учета аналитического обеспечения организаций и предприятий различных уровней для стандартизации и унификации при принятии их управленческих решений.

Материалы и методы

Качество, аналитичность, актуальность информации и потоков данных являются определяющим фактором успешности функционально-стоимостного анализа (ФСА). Информационные потоки и данные, формируемые во всех структурных подразделениях организации, могут быть использованы для целей ФСА. Совокупные данные учетно-аналитической системы и конструкторско-техническая информация являются основой успешного ФСА и позволяет формировать полноценную экономическую модель организации для целей анализа.

Анализ финансово-экономической деятельности предприятия невозможно полноценно оценить без основных составляющих, предоставляемых и получаемых на основании проводимого функционально-стоимостного анализа на предприятии. В данном случае ключевыми показателями являются совокупность эмпирических данных, полученных на основании учетно-аналитической информации и показатели конструкторско-технической составляющей. К основным условиям, определяющим эффект от проводимого исследования, относится качество и количество предоставляемой информации первичными структурами организации. Непосредственно качество данных формируют базис для дальнейшего стратегического развития и планирования развития коммерческих организаций в рамках выработки направлений наиболее эффективных, с точки зрения экономики, модели развития организации. Ключевые функции управления, такие как учет анализ и контроль, являются фундаментальными для формирования эмпирико-фактологических результатов деятельности организации. И качество их агрегирования напрямую влияет на результаты анализа.

Эффективность учетно-аналитической системы коммерческой организации зависит от различных факторов:

– специфики деятельности экономического субъекта;

– особенности нормативно-правовой базы организации;

– внутренних стандартов деятельности;

– размера организации;

– организационно-правовой формы;

– информационного обеспечения;

– реализуемости и достижимости стратегии развития;

– организационной структуры;

– структуры управления и взаимодействия;

– уровней управления. [5]

Построение ключевых экономических моделей в организациях зависит от качества принимаемых решений, которые, в свою очередь, зависят от качества агрегированных данных. Принятие решений в организациях — это достаточно сложный и трудоемкий процесс, в котором должны быть установлены определенные функциональные связи.

Результаты

Несмотря на унифицированность определенных видов данных, каждая

коммерческое предприятие стремится к созданию уникальной, соответствующей ее запросам и потребностям структуру учетно-аналитической системы. В данном случае мы можем говорить о том, что ключевыми факторами, влияющими на индивидуализацию ее структуры, являются информационный запрос от сотрудников организации, существующая нормативно-правовая и институционально-нормативная база, структурные особенности формирования и структурирования и агрегирования информационного потока, которые могут эксплицировать ключевые данные как по организации в целом, так и центров финансовой ответственности и отдельных структурных подразделений.

Если рассматривать унифицированные процессы формирования информационного потока в действующей учетно-аналитической системе любого предприятия, то они имеют общие схожие черты (рис. 1).



Рисунок 1 — **Схема входящих и исходящих потоков данных в ФСА-ориентированной учетно-аналитической системе**

Актуальной является автоматизация обработки, анализ, интерпретация и маршрутизация данных в интегрированной учетно-аналитической системе организации. Автором предлагается использование комплексного программного продукта — Информационной системы функционально-стоимостного анализа (ИС ФСА).

ИС ФСА имеет модульную структуру и позволяет использовать программные блоки, имеющие различный функционал и информационное поле для повышения качества проведения ФСА.

Одними из основных возможностей Системы являются следующие:

– автоматизированный импорт и анализ данных об объекте ФСА;

– структурирование данных, ранжирование и кодирование необходимой информации для проведения ФСА;

– производить расчеты, получать новые данные, необходимые для ФСА;

– формировать рабочую документацию и итоговые отчеты с возможностью их интерпретации.

На данный момент разработан первый модуль, отвечающий за оценку затрат на реализацию функций выпускаемой продукции анализируемой организации: зарегистрированный программный продукт «Определение резервов сниже-

ния затрат на реализацию функций продукции на основе функционально-стоимостного анализа (РСЗ ФСА)» [4].

Основной задачей программного обеспечения является определение резервов снижения затрат выпускаемой продукции на основе методики ФСА с использованием как ручных, так и автоматически полученных из учетно-аналитической системы организации данных. Исходные данные о выполняемых функциях, общем объеме и доле затрат на их реализацию вводятся через UI на базе экспертных оценок, на основе которых строится ФСА-диаграмма и генерируется вывод (рис. 2). Программа предусматривает как ручной ввод данных, так и автоматический сбор, обработку и интерпретацию исходных параметров для анализа в рамках модульной ИС ФСА. Говоря о представленном модуле информационной системы функционально-стоимостного анализа, следует отметить, что ключевыми особенностями агрегирования информационного потока являются: учет специфики деятельности предприятия; возможность обработки необходимого количества статистических данных, обеспечивающих комплексность учета и системность получаемых данных; обеспечение процессов агрегирования анализа и получения результатов в единой информационной системе за счет использования специфического информационного продукта; сокращение временных и трудозатрат на обработку и анализ получаемых данных. При этом результаты анализа возможно в оперативном режиме с использованием ускоренных процессов информационных технологий структурировать и адаптировать под существующие экономические задачи и коммерческие; адаптационность составляющих элементов, алгоритмов получения, обработки данных и расчета аналитических показателей под индивидуальные особенности организации и условия проведения анализа; встроенность получаемых данных в автоматизированные системы бухгалтерского, управленческого учета, анализа, контроллинга, конструкторских и технических разработок.

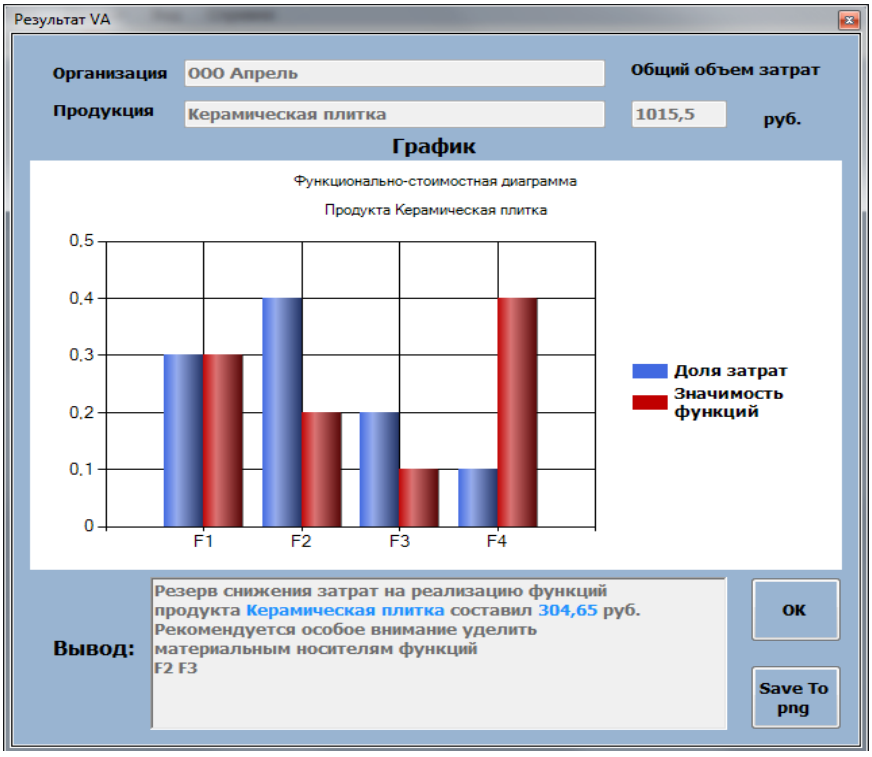


Рисунок 2 — **Генерируемая ФСА-диаграмма и вывод на основе анализа**

На рисунке 3 представлен цифровой и аналитический контур адаптивной модели учетно-аналитической системы предприятия для целей ФСА. При этом конфигурация программной поддержки, являющаяся цифровым двойником учетно-аналитического обеспечения ФСО, представлена различными уровнями информации с выявлением места системы в экономических процессах на предприятии, что обеспечивает имплементацию результатов ФСА и контроль эффективности применения обрабатываемых данных.

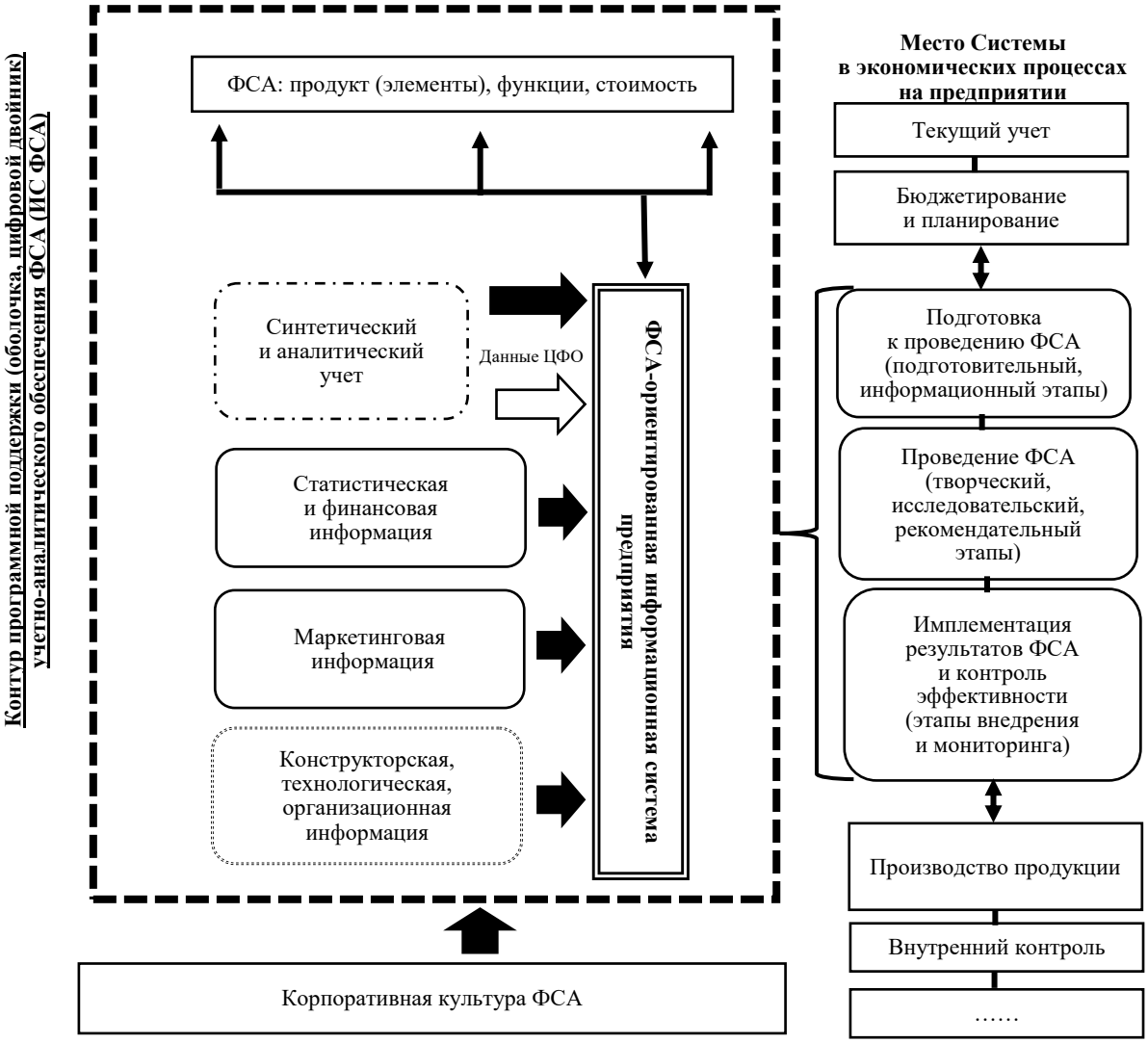


Рисунок 3 — **Адаптивная модель учетно-аналитической системы предприятия для целей ФСА**

Обсуждение и выводы

Ускоренная цифровизация современных процессов в экономике предопределила стремительное стремительную трансформацию управленческих процессов коммерческой организации, повлиявших на структуру и генезис учетно-аналитического обеспечения. Все это проявляется, в частности, в необходимости трансформации современных систем учета, развитии новых информационных оболочек, обеспечивающих ускорение процессов введения бухгалтерского учета, и обеспечении не только формирования стандартной налоговой или статистической отчетности, но и глобального системного подхода к анализу информационного потока предприятия. Трансформационные процессы также затрагивают и системные вопро-

сы, связанные с технологическим обновлением структуры предоставления бухгалтерской отчетности, меняются стандарты и порядок ее предоставления. Современные мировые тенденции постпандемийного периода глобально влияют на эти процессы.

Потребность в гибкой, мобильной, адаптивной учетно-аналитической системе кардинально меняет рынок программных продуктов, которые предназначены для структуризации информации и экономического анализа деятельности предприятия. Помимо требований к системности, достоверности, сопоставимости информации, необходимо, чтобы учетно-аналитическая система обеспечивала соответствующую ресурсоемкость.

Адаптивная учетно-аналитическая система предприятия должна обеспечивать комплексность, структуризацию, унификацию информационного потока, на выходе обеспечивая корректность ключевых показателей, которые в результате могут быть положены в основу ФСА.

Библиографический список

1. *Богатая, И. Н., Евстафьева, Е. М.* Влияние цифровизации экономики на развитие учетно-аналитического обеспечения управления коммерческой организацией // Учет и статистика. — 2019. — № 3 (55).

2. *Булыга, Р. П.* Аудит бизнеса: стратегическое направление реформирования аудита в XXI веке и ветвь научных исследований Финансового университета // Аудиторские ведомости. — 2017. — № 9. — С. 5–11.

3. *Бухов, Н. В.* Формирование учетно-аналитической системы функционально-стоимостного анализа на основе центров финансовой ответственности // Научное обозрение. — 2015. — № 8. — С. 252–256.

4. *Бухов, Н. В., Усенко, Л. Н., Жилина, Е. В.* Определение резервов снижения затрат на реализацию функций продукции на основе функционально-стоимостного анализа (РСЗ ФСА) // Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №RU2019610789, 2019.

5. *Дуванская, Н. А.* Исследование проблем и перспектив развития учетно-аналитической системы в условиях адаптации к МСФО // Экономические науки. — 2016. — № 01 (34).

6. *Ложкина, С. Л.* Концепция управленческого учетно-аналитического комплекса промышленного предприятия на основе стандартизации учетных принципов : дисс. д. э. н. — Орел, 2015.

Bibliographic list

1. *Bogataya, I. N., Evstafieva, E. M.* Influence of digitalization of economy on development of accounting and analytical support for management of commercial organization // Accounting and statistics. — 2019. — № 3 (55).

2. *Bulyga, R. P.* Business audit: a strategic direction of reforming audit in XXI century and branch of scientific research of Financial University // Audit statements. — 2017. — № 9. — P. 5–11.

3. *Bukhov, N. V.* Formation of accounting and analytical system of functional and cost analysis based on centers of financial responsibility // Scientific Review. — 2015. — № 8. — P. 252–256.

4. *Bukhov, N. V., Usenko, L. N., Zhilina, E. V.* Determination of reserves for reducing costs for implementation of product functions based on functional cost analysis // Certificate of state registration of computer program № RU2019610789, 2019.

5. *Duvanskaya, N. A.* Study of problems and prospects of development of accounting and analytical system in context of adaptation to IFRS // Economic sciences. — 2016. — № 01 (34).

6. *Lozhkina, S. L.* Concept of management accounting and analytical complex of industrial enterprise based on standardization of accounting principles : diss. of PhD in Economics. — Orel, 2015.

Н. Г. Вовченко, О. И. Кузубова

ЭКОЛОГИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОЙ ИНДУСТРИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация

Статья нацелена на исследование влияния ESG-концепции на обеспечение финансовой стабильности, включая анализ мирового опыта и меры, принимаемые государственными органами власти, для развития финансовой индустрии. Для перехода к ESG-принципам представляется необходимым: обозначить дефиницию ESG-концепции; выявить ее влияние на финансовую и экономическую систему; отметить роль государства в экологизации финансовой индустрии. Информационную основу статьи составили результаты исследования в области развития финансовой устойчивости и ESG-принципов Международного валютного фонда, данные информационно-аналитического обозрения Ассоциации банков России, рейтинговых агентств, анализ и прогнозы министерств и Центрального банка, а также ведущих экономистов и финансистов. Анализ показал актуальность развития финансовой системы в сторону экологичности, необходимость перехода российской экономики к социальным и экологическим принципам. Обозначена важность государственной поддержки и разработки законодательства, а также предпосылки для установления финансовой стабильности в рамках ESG-концепции, описан международный опыт. В ходе исследования структурированы базовые компоненты ESG-факторов по каждому из ESG-параметров для возможности оценки степени внедрения и эффективности проведения ESG-политики.

Ключевые слова

Финансовая индустрия, ESG-концепция, ESG-банкинг, экологизация, финансовая устойчивость, глобальная нестабильность.

N. G. Vovchenko, O. I. Kuzubova

ECOLOGIZATION OF FINANCIAL INDUSTRY IN CONDITIONS OF GLOBAL INSTABILITY AND ENSURING SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Annotation

Article is aimed at studying the impact of the ESG concept on ensuring financial stability, including an analysis of world experience and measures taken by state authorities for the development of financial industry. For the transition to ESG principles, it seems necessary: firstly, to define ESG-concept; secondly, to identify its impact on the financial and economic system; thirdly, to note the role of the state in greening of financial industry. Information basis of article is the results of a study on development of financial stability and ESG-principles of International Monetary Fund, data from the information and analytical review of the Association of Banks of Russia, rating agencies, analysis and forecasts of ministries and Central Bank, as well as leading economists and financiers. Analysis showed the relevance of development of financial system in terms of environmental friendliness, need for transition of Russian economy to social and environmental principles, importance of state support and development of legislation, as well as prerequisites for establishing financial stability within ESG-concept, international experience is described. Study structured the basic components of ESG-factors for each of ESG-parameters to assess the degree of implementation and effectiveness of ESG-policy.

Keywords

Financial industry, ESG-concept, ESG-banking, ecologization, financial stability, global instability.

Введение

Глобальная финансовая нестабильность на сегодняшний день является одной из важных проблем экономики и социума, риски которой стараются максимально учитывать и контролировать. Своевременное реагирование и адаптация политики под реалии позволяет не допустить развитие кризиса и иных неблагоприятных ситуаций для финансовой системы. Поэтому так важно следить за мировым финансовым положением и современными новациями и актуальными течениями.

В соответствии с докладом по вопросам глобальной финансовой стабильности Международного валютного фонда в план мер финансовой политики после всемирной самоизоляции необходимо включать следующие меры:

– зеленый подъем — следует стимулировать компании и государства к переходу на социально-экологические методы управления и ориентацию на зеленые инвестиции;

– необходимость перехода к новым цифровым технологиям и повышения инвестирования в них с целью достижения эффективно функционирующей финансовой системы;

– совершенствование методов регулирования финансовой системы для недопущения повторения кризисного периода вызванного пандемией COVID-19;

– мировое сотрудничество, перенятие положительного опыта и финансовая поддержка мировыми лидерами стран с развивающейся экономикой [1].

Мир все больше обращает внимание на взаимоотношения между людьми, человечность, толерантность, уважение к окружающему миру, заботу о природе, животных и экологии. Таким образом, сформировалась тенденция к внедрению ESG-концепции, которая основана на принципах экологической (E — environmental, показывает отношение компании к охране природы), социальной (S — social, показывает качество управления коллективными и партнерскими взаимоотношениями) и управленческой (G — governance, отвечает за руководящие должности, их заработную плату и внутренний контроль, а также права акционеров) ответственности, а также направлена на сокращение отрицательного влияния на экологию и социальную сферу.

Материалы и методы

В качестве материалов исследования выступают отчеты и доклады отечественных и международных организаций, правительственные распоряжения, а также научно-практические пособия в ESG, экономической и финансовой сферах. Методами исследования являются анализ, сравнение и классификация.

Результаты

Ухудшение мировой экологической обстановки, изменение климатических условий в конечном итоге влияет на качество жизни населения. Так, внедрение ESG-принципов нацелено на экологизацию всех сфер общества. Важным критерием повышения качества жизни общества является устойчивое развитие, в том числе экономическое и финансовое.

С целью развития финансовой индустрии в условиях глобальной нестабильности мировое экономическое сообщество стало все больше ориентироваться на ESG-принципы, поэтому большую актуальность и внимание приобретает оказываемое ими влияние на финансовую устойчивость.

ESG-принципы на сегодняшний день все больше привлекают внимание не только компаний, но и государственных органов власти, особенно Министерства финансов, Министерства экономического развития и Центрального банка РФ. Учитывая данный фактор, а также то, что ESG-принципы касаются многих звеньев финансовой системы, в данной статье обратим внимание на банковскую систему, которая взаимодействует и с коммерческим сектором, и с сектором государственных финансов.

В соответствии с Основными направлениями развития финансового рынка Российской Федерации на 2022 г.

и период 2023 и 2024 гг. Центральный Банк России выделяет необходимость обеспечения устойчивого развития и ставит такие задачи, как развитие инструментов и инфраструктуры рынка финансирования устойчивого развития и создание возможностей для компаний по ESG-трансформации бизнеса в ответ на спрос инвесторов, трудовых коллективов и внешние вызовы, а также учет ESG-факторов в регулировании финансового рынка для адаптации рынка к новым видам рисков [2].

Банки неразрывно связаны с финансовой системой, оказывая ей поддержку, и в рамках углеродного регулирования, которое вводят с целью развития и установления устойчивого развития ESG, и все большего перехода к экологичности выступают источником дополнительных средств для реализации вышеуказанных целей. Так развивается ESG-банкинг, учитывая в деятельности партнеров, инвесторов, кредиторов ESG-факторы, мотивируя их сокращать отрицательное влияние на окружающую среду.

По международной статистике в сфере ESG-банкинга инвестиции в ESG-фонды увеличились в 2020 г. в 2 раза и составили более 50 млрд долл. и продолжают увеличиваться от года к году. ESG-заимствования в 2020 г. составили 730 млрд долл. [3].

Возможный объем российского рынка зеленого финансирования к концу 2023 г. составит около 3 трлн руб. При удержании темпов роста и развития ESG направления объем зеленых и ЦУР-ориентированных кредитов в России к 2030 г. может составить около 1,3 трлн руб. [3]

В российской практике не все банки компетентны в прогрессирующем направлении ESG, не более 20 % ориентируется в качественном информационном содержании, предоставляемом кредиторам и инвесторам. Вместе с тем внедрили ESG-концепцию только 10 % банков и не более 1 % составляют отчеты по реализации ESG-концепции [4].

В банковской практике на сегодняшний день уже осуществляется управление рисками в рамках ESG-банкинга по таким направлениям, как: сбалансирование рентабельности и органического роста; нацеленность на долгосрочную прибыль; формирование клиентской базы и активное управление рисками в рамках подробного анализа бизнеса кредиторов; обеспечение прозрачности сделок и операций; непрерывная адаптация к быстро меняющейся операционной и регуляторной среде и др. [5]. Вместе с тем с целью проведения исследований и оценки ESG-факторов необходимо по каждому обозначать переменные и компоненты для эффективности реализации ESG-концепции и анализа стран по каждому ESG-параметру (табл. 1).

Рейтинговое агентство RAEX составило ESG-рейтинг российских банков, в котором стал лидером по всем трем показателям ESG Московский кредитный банк, немного уступает ему Сбер и на третьем месте Группа ВТБ [6]. Российская финансовая система имеет все необходимые факторы для формирования ESG-концепции. Однако существует необходимость на начальном этапе в разработке единой системы государственного регулирования и его включения в российское законодательство. В связи с этим пока не произошло полноценное введение ESG-принципов в банковскую деятельность. Кроме того, важно совершенствовать методы регулирования ESG-концепции и формировать эффективные инструменты устойчивого финансового развития.

Обсуждение

Государственная поддержка является опорой для развития финансовой сферы и экономики в целом, в том числе информационная огласка на государственном уровне о положительных сторонах ESG-концепции, что будет способствовать переходу большого количества компаний к практикам устойчивого развития. Вместе с тем Ассоциация банков России провела опрос компаний,

который показал, что для стимулирования перехода к ESG-принципам необходимы меры государственной поддержки: оказание госгарантий по ESG-кредитам; субсидирование при кредитовании ESG-проектов; разработка механизмов финансирования для адаптационных ESG-проектов; обеспечение преимуществ организациям, внедряющим ESG ориентированные процессы; помощь малому и среднему ESG-бизнесу; сокращение налоговой нагрузки (содействует мобилизации капитала) [3].

Таблица 1 — **Базовые компоненты ESG-факторов [**5, с. 12]

Экологический	**Социальный**	**Управление**
Парниковые выбросы Оценивает влияние на изменение климата	Глобальное здоровье и безопасность Анализирует безопасность и коэффициент здоровья населения, продолжительность жизни и смертность, процент бедности	Разнообразие и структура правления компании Цель: увеличение разнообразия и эффективности работы, в том числе за счет доли женщин
Потребление энергии, материалов и воды Оценивает стоимость энергии, материалов и воды и их расход	Права человека Оценивает политику и действия по улучшению человеческого капитала, уровень расслоения общества, уровень равенства полов и меньшинств, политику противодействия харассменту/дискриминации	Права и обязанности Оценивает: наличие права голоса; соответствие обязанностей должности, подотчетности
Энергетический баланс Цель: анализ энергетических источников, переход на возобновляемые источники и разумное использование ископаемого топлива		Государственное управление Цель: установление политической стабильности, эффективной деятельности органов государственной власти, достижение эффективного регулирования государственной политики
Климатический надзор Определяет порядок и его осуществление по управлению климатическими рисками	Показатели рынка труда Оценивают уровень занятости населения и степень охраны труда, риски несправедливого вознаграждения по закону Dodd-Frank (США)	Стимулирование труда Анализ наличия финансовых стимулов и степень вовлечения для выполнения ESG
Индекс экологической эффективности Йельского университета Показывает достижения государства в улучшении состояния экологии и управлении природными ресурсами		Борьба с коррупцией и взяточничеством Установление политики по предотвращению незаконных действий
		Конфиденциальность данных Установление политики по защите данных
		Раскрытие информации и отчетность Анализирует наличие, общедоступность и открытость информации о реализации ЦУР и ESG

Рисунок 1 наглядно показывает, как оценивают банки различные виды поддержки. Опрос проводился среди 31 банка, которые были объединены в группы: СЗКО — 9 системно значимых кредитных организаций; БУЛ — 16 банков с универсальной лицензией; ББЛ — 6 банков с базовой лицензией [3].

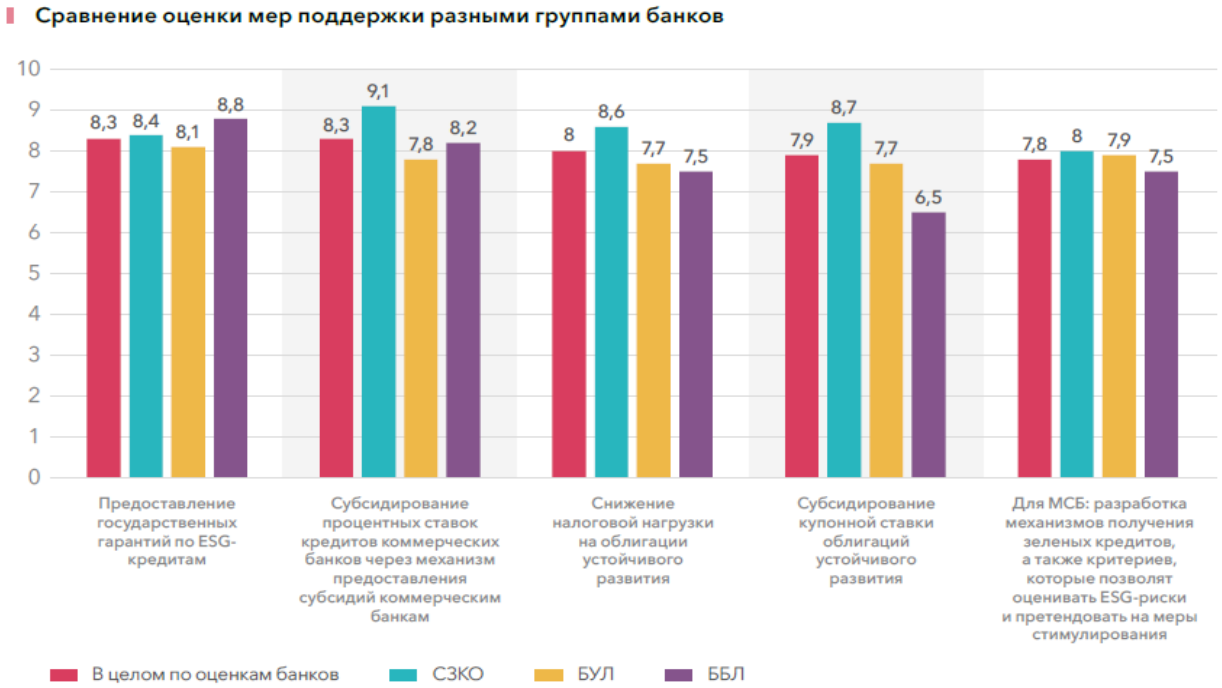


Рисунок 1 — **Сравнение оценки мер поддержки разными группами банков** [3]

Государственная поддержка имеет большое значение в развитии ESG-направленных компаний, особенно в развитии малого и среднего бизнеса. Понимая тот факт, что в отличие от крупных компаний, не весь малый и средний бизнес (МСБ) может позволить себе соответствовать ESG-стандартам, общероссийская общественная организация «Деловая Россия» разработала проект национального стандарта ESG, приспособленный под МСБ, в основу которого легли международные стандарты нефинансовой отчетности с учетом рекомендаций Центробанка и зеленой таксономии [7].

Государственные органы власти на данный момент уже провели достаточно обширный пласт работы, а также были созданы рабочие группы по финансированию устойчивого развития при Министерстве экономического развития [6] и Центральном Банке. В рамках поддержки ESG-ориентированных компаний государство разработало ряд мероприятий. Например, проект «Наилучшие доступные технологии», на которые в рамках национального проекта «Экология» до 2024 г. должна перейти вся промышленность, оказывающая экологическое воздействие [9].

В экспертной палате бизнес-объединения в середине третьего квартала 2021 г. был открыт экспертный центр ESG с целью обеспечения устойчивого развития и формирования зеленой экономики, а также стимулирования развития ESG-практик в отечественных организациях, что способствовало бы достижению целей устойчивого развития ООН в рамках целой страны [7]. Вместе с тем в России несколько лет активно выпускаются зеленые облигации, рынок которых в конце 2020 г. составил 186 млрд руб., а мировой рынок в начале 2021 г. составлял 1,05 трлн. долл. [10].

Российская экономика и финансовые организации только начинают переход к зеленым финансам, в то время как зарубежные компании работают в данном направлении не один десяток лет. В этом состоит трудность для отечественных компаний — высокий уровень конкуренции на международном рынке.

Анализ опыта зарубежных государств содействия ESG-проектам, проведенный Ассоциацией банков России, показал, что активно разрабатываются и вводятся меры поддержки для обеспечения устойчивого развития, такие как инвестирование в международные зеле-

ные облигации, рост государственных отчислений, сознание организаций для инвестиционного привлечения устойчивое развитие. Введенное льготное налогообложение показало стимулирующее воздействие на инвестиционный рост и мобилизацию капитала и имеет положительный опыт в США, ЕС, Китае, Японии и Бразилии.

Выводы

Стоит серьезно подходить к изучению и внедрению ESG-концепции для обеспечения финансовой стабильности. Сегодня если компания не экологически и социально ориентирована, то она может лишиться потенциальных инвестиций и быть ограниченной во вступление в определенные сообщества. Наличие или отсутствие приверженности к концепции помогает инвесторам определять компании с целью инвестирования в них и отсекать те компании, которые потенциально представляют финансовые риски из-за возможности наступления экологической аварии или катастрофы в результате своей деятельности. Так, некоторые российские банки уже применяют методы оценивания партнеров и заемщиков на приверженность к ESG-концепции. Тенденция приверженности к ESG-принципам с каждым годом будет приобретать все большую популярность и востребованность. Поэтому в российской финансовой и экономической системе направление экологизации является приоритетным с целью присутствия на международном рынке как достойного конкурента.

Несмотря на то что в России только начинается активный переход к ESG-процессам, в отечественной финансовой системе уже имеются все необходимые предпосылки для роста в данном направлении, среди которых наличие развитой инфраструктуры; разрабатываются ESG-проекты, а также стандарты и методология соответствия финансовых инструментов проектам устойчивого развития; работа сектора устойчивого развития Московской биржи для обеспечения финансовыми ресурсами ESG-проектов, а также специальных площадок для обмена опытом и обсуждения актуальных вопросов; сформированы и представлены рекомендации и доклады Банка России; банки переходят на ESG-принципы, учитывая опыт зарубежных компаний [3].

Анализируя период последних лет, когда мир столкнулся с пандемией, глобальной изоляцией, вводимые ограничения и кризис имели негативное влияние на экологию со стороны предприятий (уровень экодеятельности), а также из-за уменьшения инвестиционной активности в области ESG-проектов. Могут сократиться темпы перехода к политике углеродного регулирования. Обеспечение устойчивости финансовой индустрии, эффективности финансовой политики, инвестиционный рост имеют потенциальное воздействие на развитие ESG-концепции и, следовательно, на устранение ограничений, в том числе финансовых.

Библиографический список

1. Краткий обзор октябрьского Доклада по вопросам глобальной финансовой стабильности 2020 г. Международного валютного фонда [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.imf.org/-/media...

2. Проект от 19.11.2021 Банка России об Основных направлениях развития финансового рынка Российской Федерации на 2022 г. и период 2023 и 2024 г.

3. Информационно-аналитическое обозрение Ассоциации банков России. Финансовая индустрия в условиях глобальной нестабильности: Россия и международная практика [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://asros.ru/upload/iblock...

4. ESG-банкинг в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www2.deloitte.com.

5. *Высоков, В. В.* Гибкая цифровизация ESG-банкинга : науч.-практ. пособие. — Ростов-на-Дону, 2021.

6. ESG-рэнкинг российских компаний RAEX-Europe [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://raex-a.ru/rankings...

7. «Деловая Россия» создала проект национального стандарта ESG для малого бизнеса [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://tass.ru/ekonomika.

8. О координирующей роли Минэкономразвития России по вопросам развития инвестиционной деятельности и привлечения внебюджетных средств в проекты устойчивого (в том числе зеленого) развития в РФ : [Распоряжение Правительства Российской Федерации от 18.11.2020 № 3024-р].

9. ESG: что это такое и зачем это российским компаниям? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://ecologyofrussia.ru/egs.

10. В России развивается рынок зеленых облигаций [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://ac.gov.ru.

11. Отчет CFA Institute и Ассоциации принципов ответственного инвестирования (PRI). ESG-интеграция: рынки, методы и данные. 2019 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.unpri.org/download?ac=9522.

Bibliographic list

1. Brief overview of October Report on Global Financial Stability 2020 of International Monetary Fund. October 2020 [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.imf.org.

2. Draft dated 19.11.2021 of Bank of Russia on the Main directions of development of financial market of Russia for 2022 and the period 2023 and 2024.

3. Financial industry in conditions of Global Instability: Russia and International Practice [Electronic resource]. — Mode of access: https://asros.ru.

4. ESG-banking in Russia [Electronic resource]. — Mode of access: https://www2.deloitte.com

5. *Vysokov, V. V.* Flexible digitalization of ESG banking : scient.-pract. textbook. — Rostov-on-Don, 2021.

6. ESG-ranking of Russian companies RAEX-Europe [Electronic resource]. — Mode of access: https://raex-a.ru/rankings...

7. Delovaya Rossiya has created a draft of national ESG-standard for small businesses [Electronic resource]. — Mode of access: https://tass.ru.

8. On coordinating role of Ministry of economic development of Russia on development of investment activities and extrabudgetary funds in sustainable business (including green) development in RF : [Decree of Government of Russian Federation from 18.11.2020 № 3024-R].

9. ESG: what is this and why do Russian companies need it? [Electronic resource]. — Mode of access: https://ecologyofrussia.ru/egs.

10. Market of green bonds is developing in Russia [Electronic resource]. — Mode of access: https://ac.gov.ru.

11. Report of CFA Institute and Association of Principles of Responsible Investment (PRI). ESG integration: markets, methods and data. 2019 [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.unpri.org/download?ac=9522

Э. А. Исраилова, Э. Д. Рубинская

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В РОССИЮ: МИГРАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Аннотация

Структура трудовой миграции в России (отток высококвалифицированных специалистов и приток низкоквалифицированной рабочей силы) оказывает крайне негативное влияние на ее социально-экономическое и научно-техническое развитие. В статье, на основе анализа нормативно-правовых документов, рассматриваются направления миграционной политики России по привлечению иностранных высококвалифицированных специалистов. Выявлены ключевые проблемы, предложены пути решения.

Ключевые слова

Миграционная политика, иностранные высококвалифицированные специалисты, утечка умов, циркуляция умов, соотечественники.

E. A. Israilova, E. D. Rubinskaya

ATTRACTING FOREIGN HIGHLY QUALIFIED SPECIALISTS TO RUSSIA: MIGRATION POLICY AND DIRECTIONS FOR ITS IMPROVEMENT

Annotation

Structure of labor migration in Russia (outflow of highly qualified specialists and inflow of low-skilled labor) has an extremely negative impact on its socio-economic, scientific and technical development. In article, based on analysis of regulatory documents, examines the directions of migration policy of Russia to attract foreign highly qualified specialists. Key challenges are identified, solutions are proposed.

Keywords

Migration policy, foreign highly qualified specialists, brain drain, brain circulation, compatriots.

Введение

Начиная с 90-х гг. XX века Россия прочно вошла в число стран с высокими показателями внешней миграции. Однако для нашей страны характерно несоответствие количественно-качественной компоненты трудовой миграции (приток низкоквалифицированной рабочей силы, отток специалистов) социально-экономическим потребностям в контексте стратегического вектора развития страны, обозначенного в Указе Президента В. В. Путина от 21.07.2020 № 4747 «О национальных целях развития РФ на период до 2030 г.» [1]. В экономике, основанной на знаниях, высококвалифицированные кадры приобретают ключевое значение. Ум становится фактором производства, более важным, чем капитал. Отъезд высококвалифицированных специалистов за рубеж имеет крайне отрицательное влияние на научный потенциал страны, наносит невосполнимый ущерб отечественной экономике, образованию, культуре.

Российская миграционная политика и законодательство в отношении трудовых мигрантов в основном носят ситуационный и фиксирующий характер, а в отношении высококвалифицированных специалистов — фрагментарный. Задачи по экономическому развитию, основанному на научно-технологическом прогрессе и инновациях, объективно ориентируют миграционную политику России на привлечение иностранных высококвалифицированных специалистов, требуют изменения подходов к регулированию процессов международной миграции этой категории трудовых мигрантов [2].

Материалы и методы

До 2012 г. в России практически отсутствовала стратегия развития миграции, адекватная потребностям социально-экономического и демографического развития страны, мировым тенденциям и нормам международного права. Только в 2012 г. была принята Концепция государственной миграционной политики Российской Федерации до 2025 г., в которой отражалась необходимость качественного изменения регулирования миграционных отношений [3]. В документе были определены цели, задачи и приоритеты миграционной политики. Предложены дифференцированные инструменты (балльная система отбора, оргнаборы) привлечения иностранной рабочей силы, исходя

из потребностей рынка труда. К сожалению, большинство предложений так и не были реализованы. Концепцию упразднили, приняв в 2018 г. другой документ. В новой Концепции миграционной политики России на 2019–2025 гг. [4], как и в предыдущей версии, делается акцент на постоянной миграции, а наиболее предпочтительным миграционным потоком являются соотечественники и мигранты из стран СНГ.

Ориентация миграционной политики на постсоветское пространство и соотечественников является следствием общего исторического прошлого, в результате чего до сих пор главными стратегическими миграционными партнерами России являются страны СНГ, а Российская Федерация — центром притяжения мигрантов с постсоветского пространства. В иммиграционных потоках в Россию доля граждан из стран СНГ составляет 90 %. Крайне важно повысить качественную составляющую в миграционном потоке с постсоветского пространства (приток низкоквалифицированной рабочей силы не способствует интенсивному экономическому росту).

Говоря о привлечении в Российскую Федерацию высококвалифицированных специалистов на постоянное жительство можно выделить два канала.

1. В рамках упрощенного режима. С 2016 г. расширен список категорий иностранных граждан, которым предоставляется возможность в упрощенном порядке получить гражданство РФ [5]. Теперь наряду с иностранными гражданами и лицами без гражданства, прибывшими из государств, входивших в состав СССР и имевшими гражданство СССР, по упрощенной схеме могут также стать гражданами России иностранцы, которые после 2002 г. закончили вуз в России и отработали не менее трех лет. Кроме того, получить гражданство в упрощенном порядке могут индивидуальные предприниматели, инвесторы и квалифицированные специалисты, деятельность которых относится к списку дефицитных профессий. 29 февраля 2020 г. вступил в силу новый утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25.11.2019 № 734н перечень профессий иностранных высококвалифицированных специалистов, который существенно расширил существовавших с 2015 г. список дефицитных профессий с 74 до 135 специальностей [6]. Такая законодательная инициатива имеет целью повысить миграционную привлекательность России для данных категорий иностранных граждан. Более того, с 2019 г. срок проживания и работы в России иностранного квалифицированного специалиста, необходимый для подачи документов на упрощенную процедуру сокращен с трех до одного года.

2. В рамках Государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом, предусмотрен преференциальный режим для квалифицированных специалистов, в которых есть потребность на рынке труда конкретного региона РФ [7]. По оценкам экспертов, основным ресурсом пополнения населения извне являются соотечественники. По состоянию на 1 января 2021 г. в государственной программе по добровольному переселению в Россию соотечественников участвует 80 регионов страны, в каждом из которых существует своя региональная программа переселения, в соответствии с особенностями и потребностями социально-экономического развития региона [8]. Для примера, Правительство РФ согласовало проект программы для Оренбургской области. Согласно опубликованному распоряжению, в регион до 2024 г. планируется привлечь 4,2 тыс. квалифицированных соотечественников из-за рубежа. Насколько эффективно осуществляется привлечение высококвалифицированных специалистов через государственную программу, сказать

сложно, поскольку статистические данные привлечения специалистов широкой общественности не представлены.

Результаты и обсуждение

В Концепции государственной миграционной политики на 2019–2025 гг. не уделено должного внимания привлечению в РФ высококвалифицированных иностранных специалистов. Также, проблема эмиграции из России высококвалифицированных кадров не получила внимания, в то время как их отток ежегодно увеличивается.

Необходимо признать на государственном уровне, что Россия является не только страной-получателем мигрантов, но и страной-донором, причем в первую очередь образованных людей.

Крайне важно попытаться трансформировать «утечки умов» в «циркуляцию». Отметим, что циркуляция умов характерна, прежде всего, для развитых экономик. Она способствует трансферу знаний, повышению производительности труда и, как следствие, — интенсивному экономическому росту.

Предметом особого внимания государства должны быть высококвалифицированные российские специалисты, пребывающие за границей в течение многих лет. Обеспечение эффективной занятости молодых специалистов, особенно молодых ученых, как результат, обеспечение возвратности трудовой эмиграции являются важными задачами для России. В этом вопросе проявляется сложность и системность миграционной политики, которая обязательно должна перекликаться с государственной политикой в других областях: экономике, инновациях, научно-технической, социальной, образовательной, молодежной политике. Лишь в этом случае она будет иметь синергетический эффект.

Необходимость привлечения высококвалифицированных работников в науку, инженерию, технологическое предпринимательство обозначена в Стратегии научно-технологического развития России [9]. Единственным работающим инструментом привлечения иностранных ученых и специалистов (в том числе из числа соотечественников) в отечественную науку в настоящее время является система грантовой поддержки (Российский научный фонд, Президентская программа поддержки научных проектов, РФФИ, мегагранты и др.). В качестве успешного примера можно привести функционирующую с 2010 г. программу мегагрантов, одна из приоритетных целей которой — привлечение ученых с мировым именем, в том числе соотечественников проживающих за рубежом к руководству и реализации Проектов в российских вузах, научных учреждениях и государственных научных центрах.

По словам министра науки и высшего образования РФ Валерия Фалькова, в России за 10 лет функционирования программы мегагрантов открыты 272 новые научные лаборатории, занимающиеся исследованиями в различных областях науки области (иммунологии, физики, химии, материаловедения и других), работают иностранные ученые из более чем 30 стран [10].

Таким образом, эффективность грантовой поддержки позволяет говорить о необходимости ее расширения. Следует использовать те связи, которые налаживают российские ученые, работающие в зарубежных университетах с представителями русской диаспоры через сети или ассоциации. Здесь большую роль играют научно-профессиональные социальные сети, строящиеся по профессиональному признаку (в основе лежат связи с коллегами и бывшими соучениками по университету).

Научно-профессиональные социальные сети и ассоциации создают во многих странах ученые-соотечественники, живущие за рубежом. Примером научной диаспоры, члены которой активно принимают участие в программе мегагрантов, является RASA (Российско-Американская научная диаспора). Цель RASA — развитие единого интеллектуального пространства рус-

скоговорящего научного сообщества (стран бывшего Советского Союза). RASA объединяет исследователей, преподавателей, аспирантов, студентов, научных работников в университетах и компаниях, а также предпринимателей в области высоких технологий, работающих/обучающихся за пределами России. Тем самым, формирование межгосударственных социальных общностей усиливает обмен знаниями между странами и способствует циркуляции высококвалифицированных специалистов [11].

Выводы

За исключением Государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом, в России отсутствует комплексная программа привлечения квалифицированных и высококвалифицированных мигрантов на постоянное место жительства. Идея направления потока высококвалифицированных специалистов из стран постсоветского пространства на Россию верная, однако вектор только на постсоветское пространство и соотечественников в решении проблемы нехватки специалистов следует расширять.

В контексте привлечения высококвалифицированных специалистов миграционные каналы необходимо нацеливать не только на постсоветское пространство, но и на профессионально-квалификационный, образовательный потенциал всех стран мира, вне зависимости от национальности и географической локации. Следует разрабатывать программы временной трудовой миграции иностранных специалистов на уровне государства и регионов. В то же время, необходимо попытаться сократить отток высококвалифицированных специалистов за рубеж. В качестве эффективного инструмента здесь следует расширять применение грантовой поддержки ученых и специалистов. Особое внимание должно быть уделено отечественным специалистам, работающим за рубежом.

Библиографический список

1. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 г. : [Указ Президента РФ от 21.07.2020 № 474].

2. *Рубинская, Э. Д.* Задачи управления процессами международной трудовой миграции на региональном уровне в свете стратегических ориентиров миграционной политики // Государственное и муниципальное управлении : уч. зап. СКАГС. — 2012. — С. 71–82.

3. Концепция государственной миграционной политики Российской Федерации до 2025 г. : [утв. 08.06.2012 Президентом РФ № Пр-1490 (документ утратил силу)].

4. О Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на 2019–2025 гг. : [Указ Президента РФ № 622 от 31.10.2018].

5. О Гражданстве Российской Федерации : [Федеральный Закон от 31.05.2002 № 62-ФЗ в ред. Федеральных законов от 01.05.2016 № 124-ФЗ, от 03.07.2019 № 165-ФЗ]

6. Об утверждении перечня профессий (специальностей, должностей) иностранных граждан — квалифицированных специалистов, имеющих право на прием в гражданство РФ в упрощенном порядке : [Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 25.11.2019 № 734н].

7. Государственная программа по оказанию содействия добровольному переселению в российскую федерацию соотечественников, проживающих за рубежом : [Указ Президента РФ от 22.06.2006 № 637 (в ред. Указа Президента РФ от 14.09.2012 г. № 1289)].

8. Мониторинг реализации Государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в РФ соотечественников, проживающих за рубежом, на территориях вселения субъектов РФ в IV квартале 2020 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://мвд.рф.

9. Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации : [утв. Указом Президента РФ от 01.12.2016 № 642].

10. Тасс наука [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://nauka.tass.ru/nauka/8203323.

11. http://www.rasa-usa.org/mission.

Bibliographic list

1. On national development goals of Russian Federation for the period up to 2030 : [Decree of President of RF from 21.07.2020 № 474].

2. *Rubinskaya, E. D.* Tasks of managing the processes of international labor migration at regional level in light of strategic landmark of migration policy // State and municipal management : scientific notes of SKAGS. — 2012. — P. 71–82.

3. Concept of state migration policy of Russian Federation until 2025 : [approved by President of RF from 08.06.2012 № Pr-1490 (document has expired)].

4. On Concept of State Migration Policy of Russian Federation for 2019–2025 : [Decree of President of RF from 31.10.2018 № 622].

5. On Citizenship of RF : [Federal Law from 31.05.2002 № 62-FZ as amended by Federal laws from 01.05.2016 № 124-FZ, 03.07.2019 № 165-FZ].

6. On approval of list of professions (specialties, positions) of foreign citizens — qualified specialists entitled to receive Russian citizenship in simplified manner : [Order of Ministry of Labor and Social Protection of RF from 25.11.2019 № 734n].

7. State program to assist the voluntary resettlement to Russian Federation of compatriots living abroad : [Decree of President of RF from 22.06.2006 № 637 (as amended by Decree of President of RF from 14.09.2012 № 1289)].

8. Monitoring the implementation of State Program on Assisting the Voluntary Resettlement of Compatriots Living Abroad to Russian Federation in Territories of Settlement of Subjects of RF in IV quarter of 2020 [Electronic resource]. — Mode of access: https://mv.d.rf.

9. Strategy of scientific and technological development of Russian Federation : [approved by Decree of President of RF from 01.12.2016 № 642].

10. Tass science [Electronic resource]. — Mode of access: https://nauka.tass.ru/nauka/8203323.

11. http://www.rasa-usa.org/mission.

Е. Ф. Кузменькова, Д. О. Боговский

РОЛЬ НЕФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ЭТАПЕ ПОСЛЕПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аннотация

Анализируя эффективность хозяйственной деятельности на основе использования лишь финансовых показателей, компании получают информацию о своем положении исключительно в денежной форме. Для закрепления топовых позиций на рынке бизнесу необходимо ориентироваться на будущее и активно использовать инструменты и методы стратегического управленческого учета. Место компании на рынке, уровень лояльности потребителя и эффективность бизнес-процессов в организации не подходят под критерии финансового оценивания. Учет нефинансовых показателей не менее важен, чем финансовых, и действительно необходим для принятия эффективных управленческих решений. В настоящее время на торговую отрасль России приходится 17 % всего ВВП. В контексте деятельности компаний в области ритейла высокий уровень

конкурентоспособности достигается грамотным управлением цепочкой создания потребительской ценности на каждой стадии движения продукта и не заканчивается после реализации товара покупателю. Послепродажное обслуживание и клиентоориентированность дают возможность не только повысить лояльность клиентов, но и получить дополнительную прибыль, которая в разы превышает стоимость товара.

В статье авторы подтверждают необходимость практической адаптации нефинансовых показателей в системе стратегического управленческого учета организаций в области ритейла на примере сети «Вкусвилл».

Ключевые слова

Нефинансовые показатели, корпоративное управление, стратегический управленческий учет, цепочка потребительской ценности, клиентоориентированность.

E. F. Kuzmenkova, D. O. Bogovskiy

ROLE OF NON-FINANCIAL INDICATORS IN STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING SYSTEM AT THE AFTER-SALES SERVICE STAGE

Annotation

Analyzing the effectiveness of economic activities based on the use of only financial indicators, companies receive information about their position exclusively in monetary terms. To consolidate top positions in market, businesses need to focus on the future and actively use the tools and methods of strategic management accounting. Place of company in market, level of customer loyalty and efficiency of business processes in organization do not fit the criteria for financial assessment. Accounting for non-financial indicators is no less important than financial ones, and is really necessary for making effective management decisions. Currently, Russian trade industry accounts for 17 % of total GDP. In context of activities of companies in the field of retail, high level of competitiveness is achieved by competent management of customer value chain at each stage of product movement and does not end after sale of goods to buyer. After-sales service and customer focus make it possible not only to increase customer loyalty, but also to receive additional profit, which is many times higher than the cost of the goods. In article, authors confirm the need for practical adaptation of non-financial indicators in system of strategic management accounting of organizations in the field of retail on example of Vkusvill chain.

Keywords

Non-financial performance, corporate governance, strategic management accounting, customer value chain, customer focus.

Введение

На современном рынке с высокой конкуренцией особую роль играют стадии создания ценности продукта. Ценность продукта — это та польза, которую покупатель приобретает, покупая продукт или услугу. Соответственно, чем больше пользы и выгод видит потребитель, тем больше у него желание совершить покупку именно в конкретной компании, а не у конкурента. Ценность продукта можно увеличить путем улучшения качества продукта, сокращения затрат на производство и снижения цены, или же посредством широкой рекламы уникального преимущества продукта.

Сегодня рынок переполнен аналогами продаваемых товаров и услуг, и в конкурентной борьбе побеждает тот, кто грамотно анализирует всю цепочку потребительской ценности, которая не

заканчивается на стадии реализации, а включает тесное взаимодействие с заказчиком на стадии послепродажного обслуживания. Консалтинговая компания Deloitte провела исследования, согласно которому эффективность компаний, ориентированных на высокий сервис для клиента, на 60 % больше. Именно поэтому на сегодняшний день такая стадия создания ценности, как послепродажное обслуживание приобретает особое значение, оценка эффективности которой возможна посредством активного использования наряду с финансовыми нефинансовых показателей эффективности деятельности.

Материалы и методы

Информационную основу статьи составили результаты исследования торгово-розничного рынка наиболее крупных продуктовых сетей супермаркетов. Решение поставленных в исследовании задач осуществлялось на основе применения общенаучных методов познания: системного анализа, сравнительного и логического анализа, обобщения, синтеза полученной информации, а также на основе метода экспертных оценок.

Результаты и обсуждение

Послепродажное обслуживание (product-support services) — это совокупность услуг, оказываемых потребителям после приобретения ими продукта или услуги изготовителя. Такое обслуживание может помочь увеличить количество продаж, получить дополнительную прибыль, повысить лояльность клиентов через эффективную работу с отзывами и предложениями покупателей. Кроме того, стоит отметить, что послепродажное обслуживание уже давно не прерогатива компаний, торгующих технической продукцией или предоставляющих услуги в данной области. Разумеется, такие компании чаще сталкиваются с запросами потребителей на ремонт и техническое сопровождение купленного ими оборудования. Однако чтобы добиться преимущества над конкурентом в таких сферах бизнеса, как торговля, финансы или юриспруденция, предприниматели с большим вниманием обращаются к улучшению сервиса послепродажного обслуживания [2].

Нефинансовые показатели могут отражать долю компании на рынке, отношение клиентов, эффективность продавцов, качество обслуживания и т. д. Применительно же к сфере послепродажного обслуживания, нефинансовыми показателями могут выступать уровень удовлетворенности покупателя, скорость обслуживания, быстрота реагирования на жалобу или предложение клиента [3].

Поддержание отношений с потребителем после реализации товара, продукта и услуги в настоящее время является одним из наиболее значимых конкурентных преимуществ крупнейших продуктовых сетей России. Соперничество на рынке ритейла особенно высоко потому, что основные продуктовые линейки и товарные бренды у продуктовых сетей одинаковые, и бороться приходиться за цену товара и качество обслуживания. И особый интерес авторов вызвала практика продуктовой сети «Вкусвилл», которая стремительно развивается и поэтапно завоевывает рынок.

На сегодняшний день торговая марка «Вкусвилл» входит в десятку крупнейших ритейлеров России, занимая 2-е место по темпу роста в стране. В 2020 г. выручка компании выросла на 38,2 % по сравнению с данным показателем предыдущего года, составив при этом 114 млрд руб. Чистая прибыль по итогам деятельности за 2020 г. составила 1,8 млрд. Несмотря на один из тяжелейших периодов в экономике всего мира, связанных с распространением новой коронавирусной инфекцией COVID-19, Вкусвилл впервые вошел в пятерку крупнейших онлайн-продавцов продуктов, и сегодня доля выручки от онлайн-продаж составляет 11,5 %, а к 2025 г. прогнозируется увеличение доли до 50 % [3].

Торговая сеть «Вкусвилл» лишь завоевывает рынок ритейла в России: около

1 250 магазинов сети против 25 300 магазинов Магнита (ЗАО «Тандер») и группы 18 500 X5 Group (Пятерочка, Перекресток и пр.). Тем не менее Вкусвилл ведет агрессивную стратегию роста, делая ставку на свои конкурентные преимущества. Кроме того, Вкусвилл планирует IPO на Московской бирже и NASDAQ, что значительно увеличит финансирование открытия новых магазинов. Процесс уже запущен и недавно компания опубликовала свою отчетность по МСФО за 2018–2020 гг.

Несмотря на внимание группы X5 и торгово-розничной федеральной сети «Магнит» к рынку онлайн-продаж, стратегии компаний сильно отличаются. Так, Вкусвилл, прежде всего, развивает свой бренд как крупнейший пищевой бренд России за счет высокой лояльности клиентов и эффективной коммуникации с ними, в первую очередь в сфере послепродажного обслуживания. Данный факт подтверждается посредством анализа нефинансовых показателей, которые использует Вкусвилл для достижения стратегического преимущества перед конкурентами [4].

В таблице 1 приведены основные нефинансовые показатели клиентского сервиса, которые компания активно использует в своей деятельности.

Таблица 1 — **Нефинансовые показатели «Вкусвилл»**

Наименование показателя	Порядок расчета	Цель
Net Promoter Score	Вычитание процента критиков из процента поклонников	Информация об уровне удовлетворенности клиента
Показатель покупательской поддержки	Выявление процента жалоб и рекомендаций	Быстрое реагирование на потребности потребителей

Индекс Лояльности NPS (Net Promoter Score) заключается в проведении опроса группы покупателей и выявлении процентного соотношения горячих поклонников и критиков. Затем из процента поклонников вычитается процент критиков, результат чего составляет индекс лояльности. Опросы, проводимые во Вкусвилл, обычно показывают 90 % лояльности клиентов. Это говорит о том, что подавляющее большинство покупателей довольны сервисным обслуживанием и качеством продукта, целенаправленно совершают покупки именно во Вкусвилл и готовы рекомендовать магазин друзьям и знакомым [1].

Другой используемый во Вкусвилл индекс — показатель покупательской поддержки (ППП). С его помощью контролируются качество продукции и работа с отзывами клиентов. К примеру, если в отдел поддержки клиентов поступил ряд жалоб на конкретную купленную продукцию, сотрудники отдела обзванивают всех клиентов, купивших данный продукт из конкретной партии товаров. Затем на CRM-платформе составляется отчет о процентном соотношении неудовлетворенных и довольных качеством покупателей. Как правило, если в партии был обнаружен процент брака более 30–40 %, то всем без исключения, купившим товар данной партии, возвращается полная сумма затраченных средств на карту лояльности, а оставшиеся товары снимаются с продажи. Таким образом, компания не только разрешает все проблемные ситуации с качеством в пользу клиента, но и строит долгосрочные и прочные отношения с потребителем.

В другом случае опрос мнений и полученные данные на графике рассматриваемого индекса дают возможность технологам и закупщикам увидеть реальные потребности клиента, например, стоит ли продавать молочную продукцию не только в бумажной, но и в пластиковой упаковке, а также выявлять проблемы в связи с возвратом товаров, таких как арбузы или дыни без чека и без физического возврата в магазин. Так, в соответствие со ст. 493 ГК РФ каждый

имеет право вернуть купленный товар без чека, однако именно отзывы покупателей натолкнули руководство на мысль о том, что неспелый арбуз никто не будет нести в магазин обратно. Для этого в сети принято решение: клиенту достаточно отправить фото неспелого продукта в приложении Вкусвилл, и деньги автоматически вернутся на карту. Просто и понятно, и впечатление у клиента остается положительным [1].

Другим нововведением в сервисном обслуживании «Вкусвилл» стала реализация бесплатной доставки на любую сумму. Это значительно увеличивает мотивацию клиента к покупке любимого товара. В приложении указано, что желательно заказывать не одну единицу продукции, так как при маленьких заказах курьеров будет не хватать. Однако это не является запретом, а рекомендуется, что добавляет еще один пункт в корзину доверия покупателей.

Выводы

Система показателей, основанная лишь на данных финансового характера, не обеспечивает в должной мере информацией руководство организации и препятствует принятию стратегических управленческих решений для долгосрочного развития бизнеса. Нефинансовые показатели, применяемые в сфере стратегического управления и развития торговых предприятий, отражает качество оказания услуг организации, производящей стоимость и удовлетворяющей потребности покупателя в товарах, работах или услугах, и в дальнейшем позволяет компании избежать крупных финансовых потерь и убытков.

На каждой стадии создания ценности для клиента очень важно активно использовать и анализировать качественные показатели деятельности. Для организаций-ритейлеров на сегодняшний день одним из ключевых этапов взаимодействия с клиентом является этап послепродажного обслуживания.

После совершения покупки клиентский сервис позволяет закрепить связь с покупателем, увеличить его лояльность и получить необходимые отзывы о товаре и работе. Такой сервис выводит компанию на новый уровень бизнеса и значительно повышает эффективность. В свою очередь, нефинансовые показатели помогают раскрыть причинно-следственные связи в работе любой организации и служат фундаментом для большинства стратегических управленческих решений.

Библиографический список

1. *Кочешков, А.* Нефинансовые показатели деятельности компании // Управляем предприятием [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://upr.ru

2. *Лабынцев, Н. Т., Кузменькова, Е. Ф.* Нефинансовые показатели в системе управленческого учета групп компаний // Учет и статистика. — 2019. — № 3 (55).

3. *Левинская, А.* «Вкусвилл» назвал долю онлайн-продаж в преддверии IPO // РБК компании [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.rbc.ru.

4. *Щепин, Е.* ВкусВилл. Как совершить революцию в ритейле, делая все не так. — М., 2019. — С. 110–145.

Bibliographic list

1. *Kocheshkov, A.* Non-financial performance indicators of the company // We manage the enterprise [Electronic resource]. — Mode of access: https://upr.ru.

2. *Labyntsev, N. T., Kuzmenkova, E. F.* Non-financial indicators in management accounting system of groups of companies // Accounting and statistics. — 2019. — № 3 (55).

3. *Levinskaya, A.* «Vkusville» named share of online sales on eve of IPO // RBC company [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.rbc.ru.

4. *Shchepin, E.* VkusVill. How to revolutionize retail by doing everything wrong. — M., 2019. — P. 110–145.

М. Е. Лебедева, С. С. Тростьянский

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ПЕРЕДОВЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ И ПРОДУКТОВЫХ РЕШЕНИЙ В ОБЛАСТИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Аннотация

Предметом исследования, представленного в статье, являются особенности передовых технологических и продуктовых решений в области цифровой трансформации банковского сектора в Российской Федерации и за рубежом. Рассмотрена отраслевая специфика цифровой трансформации организаций банковского сектора. Произведен обзор передовых технологических и продуктовых решений в области цифровой трансформации наиболее перспективных направлений банковской деятельности.

Ключевые слова

Цифровая трансформация, цифровизация, банковские организации, экосистемные бизнес-модели, финтех, цифровые технологии.

M. E. Lebedeva, S. S. Trostianskiy

ANALYTICAL REVIEW OF ADVANCED TECHNOLOGICAL AND PRODUCT SOLUTIONS IN THE FIELD OF DIGITAL TRANSFORMATION OF BANKING SECTOR IN RUSSIAN FEDERATION AND ABROAD

Annotation

Subject of research in article is features of advanced technological and product solutions in the field of digital transformation of banking sector in Russian Federation and abroad. Industry specificity of digital transformation of banking sector organizations is considered. An overview of advanced technological and product solutions in the field of digital transformation of the most promising areas of banking activity are made.

Keywords

Digital transformation, digitalization, banking organizations, ecosystem business models, fintech, digital technologies.

Введение

Цифровая трансформация компании является продолжительным и затратным процессом изменения бизнес-модели и ее интеграции в парадигму цифровой экономики как нового способа производства и потребления благ. Цель цифровой трансформации для организации связана с повышением ее эффективности: по текущим оценкам [1] комплексная цифровизация позволит повысить производительность труда (на 45–55 %) и уменьшить срок вывода новых товаров на рынок на 20–50 %. Проведение такого процесса несет выгоду владельцам организации, а также повышает ценность сотрудников, работающих над внедрением цифровых решений, на рынке труда. Практическое осуществление цифровой трансформации производится с помощью разработки, апробации и широкого внедрения в практику деятельности организации технологических и продуктовых решений, влияющих на внутреннюю структуру и взаимодействие организации с внешним миром. Цифровая трансформация позволяет автоматизировать ру-

тинные процедуры, повысить их скорость и безопасность, что является важным фактором для ее систематического применения в банковском секторе.

Отдельные решения, применяемые в рамках цифровой трансформации банковского сектора, охватывают значительное число бизнес-процессов банковской организации. Они применяются для повышения эффективности внутренних процессов, ускорения коммуникации с клиентами и банками-контрагентами, автоматизации предоставления информации внешним и внутренним пользователям без участия человека, а также для упрощения процесса использования банковских услуг и увеличения безопасности [2]. Банковский сектор, находящийся в режиме активной цифровой трансформации, также начинает предоставлять своим клиентам доступ к новым цифровым продуктам.

Материалы, методы и объекты

В рамках статьи был проведен анализ тематической научной литературы и аналитических материалов, характеризующих процесс цифровой трансформации банковского сектора. Произведено рассмотрение и характеристика технологических и продуктовых решений, сфер и особенностей их применения.

Целью исследования, представленного в статье, является выявление передовых технологических и продуктовых решений в области цифровой трансформации банковских организаций.

Результаты

Особенности цифровой трансформации банковского сектора

Специфика экономических процессов и ключевых действующих лиц обуславливают значительную разницу в подходах к цифровой трансформации различных отраслей экономики. Цифровая трансформация банковского сектора как основы финансово-экономической сферы выступает отдельным предметом изучения в широком спектре научных публикаций, научно-исследовательских работ и прикладных исследований консалтинговых компаний и организаций отрасли.

По данным консалтинговой фирмы McKinsey [3], банковский сектор в 2020 г. столкнулся с серьезными вызовами. Помимо наступления завершающей стадии (спад-дно) очередного цикла Жюгляра в мировой экономике, характеризовавшемся снижением уровня доходности инвестиций в материальные активы (ROTE) до минимального уровня за последние 10 лет (до 10,5 % в 2019), почти 60 % традиционных банков мира к этому времени имели доходность ниже точки безубыточности. Основными факторами, влияющими на прибыльность банков, явились:

– *географический*, отражающий особенности регуляции банковского сектора в различных юрисдикциях, а также национальную специфику использования банковских услуг;

– *эффект масштаба*, в среднем по миру характеризующийся как положительный, со значимым преимуществом более крупных банков над более мелкими;

– *дифференциация по видам деятельности* со спецификой и различными нормами при концентрации кредитной организации на страховом, фондовом или кредитном рынке;

– *тип бизнес-модели*, применяемой банком, с заметным преимуществом организаций, активно исследующих и использующих инновации, над конкурентами, использующими традиционные подходы.

В мировом масштабе почти вся добавленная стоимость банковского сектора к 2020 г. вырабатывалась 20 % крупнейших организаций, обслуживающих значительную долю географического, регионального или клиентского сегмента. Цифровизация деятельности таких банков происходит неравномерно: в то время как в сфере торгов на финансовых рынках автоматизированные решения и искусственный интеллект активно применяются более 10 лет, в сфере банков-

ских карт и персональных предложений для физических лиц подобные подходы лишь разрабатываются.

Коммерчески успешные банки чаще всего являются инициаторами цифровизации своих продуктовых решений и бизнес-процессов, конкурируя с новым типом игроков на банковском рынке, — так называемыми «необанками», нацеленными на работу с клиентом преимущественно в цифровом формате с широким применением финансовых технологий в своей деятельности [5]. Стимулом, ускоряющим процессы цифровизации, также является желание клиентов использовать такой формат услуг в повседневной жизни.

Классификация передовых технологических и продуктовых решений в области цифровой трансформации банковского сектора

Кризис, вызванный пандемией в 2020 г., сильнее всего отразился на банках с традиционной моделью деятельности, одновременно значительно ускорив процессы цифровизации финансового сектора. Падение процентных ставок по кредитам ставит под угрозу доходность бизнес-моделей, основанных на посредничестве рисков. Банки с развитой сетью филиалов вынуждены были серьезно оптимизировать расходы на их содержание [6]. Меры государственной поддержки, введенные для борьбы с последствиями кризиса, привели в том числе к увеличению количества денег в экономике, что создает значительные инфляционные риски. По мнению консалтинговой фирмы McKinsey [6], основными действиями по преодолению кризисных тенденций для банков станет перенимание наиболее успешных практик необанков и IT-компаний в сфере финансов, а также значительное ускорение цифровой трансформации.

На 2021 г. основами для цифровой трансформации банковского сектора является перманентная доступность банковских услуг, их перевод в онлайн-формат, персонализация предложения, клиентоцентричный подход к взаимодействию и предоставлению услуг, а также конкуренция за клиента, его внимание и средства с необанками, ИТ-компаниями и стартапами [4].

Для сохранения своего положения банки-лидеры рынка вынуждены интенсифицировать разработку и применение продуктов, позволяющих автоматизировать рутинные процедуры при взаимодействии с клиентами. Такие продукты предполагают применение принципов клиентоцентричности для понимания и предугадывания потребностей клиентов.

Другим важным направлением цифровизации банковского сектора выступает взаимодействие банков в сфере межбанковских и международных переводов. Новым конкурентом для банковского сектора с развитием глобальных телекоммуникационных сетей в рамках этого направления стали небанковские платежные системы, включающие сервисы электронных платежей и криптовалюты. Такие сервисы отличаются, в среднем, большей скоростью денежных переводов, меньшей стоимостью и меньшим количеством регуляторных требований [5]. Для сохранения своего положения на рынке банки стремятся разработать цифровые продукты, призванные повысить точность, скорость и безопасность расчетов.

Сетевая форма организации бизнеса и значительное изменение моделей внутреннего и внешнего взаимодействия организаций также является важным аспектом цифровой трансформации [7]. Банки-лидеры рынка активно взаимодействуют с нефинансовыми организациями для выпуска совместных продуктов, одним из примеров которых могут являться кобрендовые банковские карты.

В научной литературе [8] также обосновывается ориентация процесса цифровой трансформации на конкретного потребителя и использование информации как движущего ресурса. На основе использования единого клиент-

ского профиля данных, доступного банкам, складывается бизнес-экосистема, предоставляющая своим пользователям определенные выгоды, повышая частоту использования банковских продуктов и ограничивая переход клиентов к конкурентам.

Примеры передовых технологических и продуктовых решений в области цифровой трансформации банковского сектора в Российской Федерации и за рубежом

Применение передовых технологических решений в конкретной банковской организации коррелирует с развитостью практики применения технологических решений прошлых поколений. Максимально эффективное применение искусственного интеллекта и систем машинного обучения конкретной банковской организацией невозможно без наличия структурированных баз данных о деятельности этой организации в интересующих сферах за достаточно продолжительный период времени. Однако длительное применение продуктовых решений прошлых поколений в обществе может выступать преградой на пути цифровизации. Макрорегионы с развитой историей применения традиционных банковских продуктов, таких как чеки или банковские карты, цифровизируются медленнее, чем те, что не имели такой истории [3]. Это объясняет заметное ускорение внедрения новых банковских продуктов, таких как оплата по QR-кодам, в развивающихся странах Азиатско-Тихоокеанского региона в сравнении с развитыми странами Европы и Северной Америки.

Отсутствием общественной «инерции мышления» объясняется и бóльшая готовность к принятию инноваций со стороны общества и государства в развивающихся странах. Национальное законодательство и регуляторы в странах с отсутствующей историей функционирования традиционных банков сильнее тяготеют к установлению равных возможностей для традиционных игроков и необанков, что стимулирует применение передовых решений, некоторые из которых рассмотрены в таблице 1.

Таблица 1 — **Передовые технологические и продуктовые решения в области цифровой трансформации банковского сектора**

Решение	Описание	Применение
Корпоративные распределенные реестры (Corda)	Разработан консорциумом R3, применяется его участниками, среди которых Wells Fargo, SWIFT, Barclays, Credit Suisse, Bank of America, Société Générale, Mastercard, UniCredit, Deutsche Bank, Альфа Банк. Используется >85 % банков Италии, ускоряет взаимную проверку журналов межбанковских транзакций банками-участниками с 30–50 дней до менее чем одного дня	Система закрытого распределенного реестра, используемая для хранения, управления, синхронизации и проверки финансовых обязательств и сопутствующей информации между различными финансовыми организациями. Платформа поддерживает смарт-контракты на основе Java Virtual Machine. В отличие от иных систем распределенного реестра (блокчейн), позволяет регулировать доступность данных для разных участников при сохранении их защиты от подделывания
Системы интеллектуального кредитного скоринга (Apple Card)	Совместная разработка Goldman Sachs и Apple, использующая автоматические алгоритмы кредитного скоринга для расчетов лимитов по кредитной линии и ставок по кредитам для физических лиц	Система интеллектуального кредитного скоринга применяется для сокращения трудозатрат персонала

Решение	Описание	Применение
Системы автоматического взаимодействия с клиентом (чат-боты)	Системы автоматического взаимодействия состоят из алгоритмов, построенных по принципу «если…, то …», обычно предлагающих клиенту выбрать одну из проблем иди характеристик, представленных в списке. Для повышения точности обслуживания могут применяться машинное обучение и системы искусственного интеллекта	Применяются для автоматизации общения с клиентами по рутинным вопросам, список которых включает информирование клиентов об условиях предоставления банковских продуктов и услуг, а также идентификацию проблемы с банковскими продуктами и услугами. В случаях, когда чат-бот не может самостоятельно решить проблему клиента, он перенаправляет клиента к живому сотруднику. Чат-боты применяются большинством лидеров рынка банковских услуг в России и за рубежом
Интеграция с отраслевыми предприятиями (кобрендовые карты)	Совместно выпускаемый банком и отраслевым предприятием продукт, предполагающий дополнительные бонусы от предприятия в дополнение к стандартным банковским программам. Бонусы предприятия могут выражаться в начислении бонусных баллов, повышенного кэшбэка в магазинах определенной категории, предоставления скидок, доступа к определенным услугам на бесплатной основе, а также к премиум-услугам	Применение кобрендинговых карт позволяет банкам интенсифицировать применение пользователями банковских карт, а также с большей вероятностью реализовывать клиентам другие банковские продукты. Отраслевые предприятия получают дополнительный канал коммуникации с клиентом и увеличение размера покупок клиентов
API-интерфейсы	Интерфейс программирования приложений, содержащий перечень команд, запросов, ответов для автоматизированного взаимодействия компьютерных систем с массивом данных. В случае банковского сектора, данные обычно содержат информацию о клиентах, их балансах, доходных и расходных транзакциях	Интерфейсы используются в мобильных банковских приложениях, которые позволяют пользователям видеть свой баланс и совершать платежи и переводы в режиме реального времени, упростить проверку баланса пользователя, а также продавать банковские продукты клиенту во время его пользования приложением. Также интерфейс используются в деятельности необанков и финансовых сервисов IT-компаний. На 2021 г. в некоторых странах (Великобритания) существует установленная законом обязанность организаций банковского сектора предоставлять данные клиентов с помощью API-интерфейсов. Другие страны предоставляют такие данные на добровольных началах (Россия)
QR-коды	Коды, содержащие информацию о счетах и(или) суммах покупки. Существует несколько видов QR-кодов: – статический, содержащий только информацию о счете продавца; – динамический, содержащий дополнительно сумму покупки; – пользовательский, содержащий информацию о счете покупателя	Применяются в качестве альтернативы более традиционным способам платежа, таким как банковские карты. Тип используемого кода зависит от потребностей и технической оснащенности бизнеса и его целевой аудитории. Позиционируется как более быстрая и безопасная альтернатива традиционным платежам с использованием наличности или платежных терминалов, требующая, однако, наличия специальных устройств у клиента и продавца. Разрабатывается и применяется банками по всему миру (AXA Bank, Бельгия, TD Bank, США), особую популярность приобрел в КНР (Alipay, WeChat) и Индии (Bharat QR). В России разработкой решения занимаются как коммерческие банки (Сбербанк), так и Банк России

Решение	Описание	Применение
Применение биометрии для оплаты и идентификации клиента	Базируется на различных технологиях идентификации клиента по его биологическим характеристикам, среди которых определение особенностей лица, голоса, отпечатка пальца, сетчатки глаза и т. д.	Применяется для идентификации клиента с использованием голоса (ВТБ), в совместных программах банков и торговых сетей (Сбербанк и Азбука Вкуса, ВТБ и Лента) для идентификации клиента с помощью лица и отпечатка пальцев
Криптовалюты и деривативы на их основе	Использование высоковолатильных токенов основных криптовалютных сетей, а также производных финансовых инструментов на их основе, в качестве нового продукта на финансовом рынке	Значительный рост цен на криптовалюты и их высокая волатильность сделала этот рынок привлекательным для высокорисковой биржевой торговли. В совокупности с падением доходности более традиционных активов, а также увеличением денежного предложения из-за действий национальных властей во время пандемии, криптовалютный рынок выступил привлекательной площадкой для институционального инвестирования. Фьючерсы, форварды, опционы и иные производные финансовые инструменты предоставили возможность для хеджирования рисков. Наконец, массовое использование криптовалют населением сподвигло некоторые банки принимать их. К банкам, работающим с данным решением, относятся Morgan Stanley, Goldman Sachs и Wirex
Цифровые валюты центральных банков (Central Bank Digital Currency, CBDC)	Цифровая валюта, эмитированная центральным банком, сочетающая функции фиатных денег и цифровую среду, подконтрольную регулирующим органам	Впервые разработка CBDC началась в КНР в 2014 г., в 2019 г. многие национальные юрисдикции начали разрабатывать собственную цифровую валюту из-за угрозы запуска глобальных стейблкоинов от Facebook и Telegram. По состоянию на начало 2021 г. CBDC, внедряемые в различных странах, позволяют их эмитентам получать значительные объемы информации о движении финансовых потоков в экономике, получить больший контроль над банковским сектором, а также реализовывать на государственной платформе высокотехнологичные функции. В качестве примера такой функции могут быть названы смарт-контракты. Внедрение CBDC крупными экономиками, такими как КНР, может дать их национальной валюте конкурентное преимущество при использовании за рубежом. К национальным юрисдикциям, тестирующим собственные CBDC, на начало 2021 г. относятся КНР, Республика Корея, Багамские острова. О планах запустить собственные CBDC заявили США, ЕС, Россия, Япония, Швейцария и Бразилия

Ведущие банки продолжают повышение эффективности ключевых элементов взаимодействия с клиентами и друг с другом с использованием цифровых решений. Они могут значительно увеличить продажи как за счет более активного привлечения новых клиентов, так и за счет более частого и качественного взаимодействия с текущими клиентами.

Цифровизация оказывает значительный эффект на лояльность пользователей банковских услуг, позволяя клиентам быстрее, дешевле и проще взаимодействовать с банком. Ожидания клиентов в отношении простого, удоб-

ного и персонализированного опыта использования банковских услуг постоянно растут. Согласно исследованию консалтинговой компании Bain, Net Promoter Score — индекс лояльности клиентов — у необанков превышает значение 20 % ведущих традиционных банков более, чем в 2 раза. В свою очередь, эти 20 % наиболее цифровизированных банков по данному показателю превосходят 80 % менее цифровизированных конкурентов (рис. 1) [9].

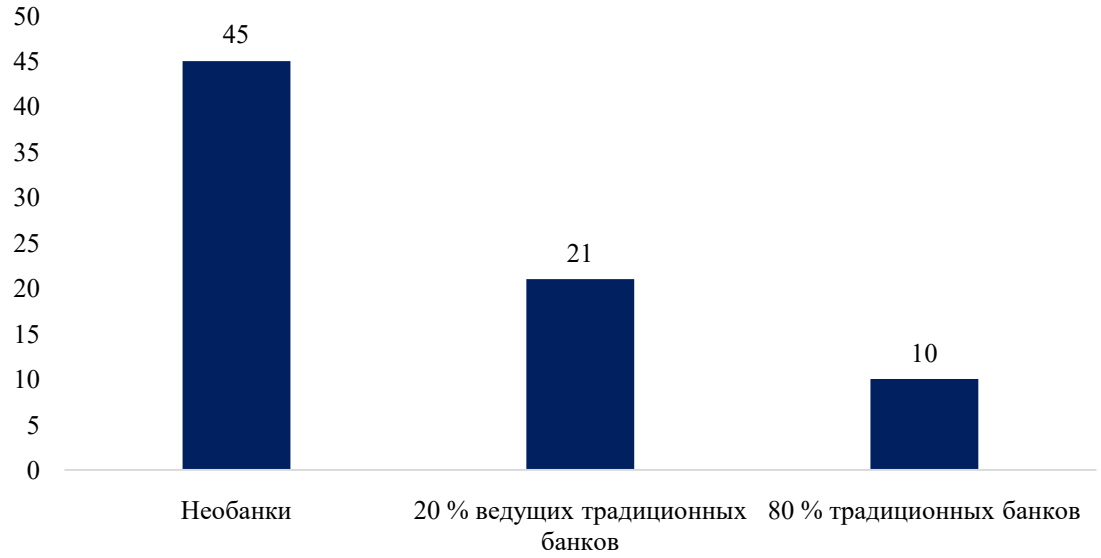


Рисунок 1 — **Показатель лояльности клиентов Net Promoter Score для необанков и традиционных банков в 2020 г.** [9]

Факторами, обуславливающими такую разницу, являются: уровень процентных ставок и комиссий, устанавливаемых банком, продукты, предлагаемые клиентам, клиентский опыт, а также узнаваемый бренд.

Сотрудники лидеров цифровизации банковского сектора считают свою компанию хорошим местом работы. Они получают лучшие перспективы работы над проектами, оказывающими влияние на деятельность банка и одновременно повышающими ценность сотрудников на рынке труда.

Глобальным эффектом внедрения передовых технологических и продуктовых решений в области цифровой трансформации банковского сектора также является сокращение отрицательного влияния на окружающую среду. Распространение мобильных приложений традиционных банков и необанков ускоряет процесс цифровизации и токенизации банковских карт с полным отказом от пластика, а также открывает возможность для выдачи чеков клиентам в цифровом виде, что сокращает потребление бумаги.

Банковский сектор Российской Федерации активно применяет передовые технологические и продуктовые решения в процессе цифровизации, находясь в числе мировых лидеров по данному показателю. В 2020 г., согласно исследованию Deloitte [10], российский банковский сектор был включен в топ-10 наиболее высокотехнологичных национальных банковских секторов мира. Уровень распространения использования в Российской Федерации цифровых технологий, выявленный в результате исследования KPMG в 2020 г., продемонстрирован на рисунке 2.

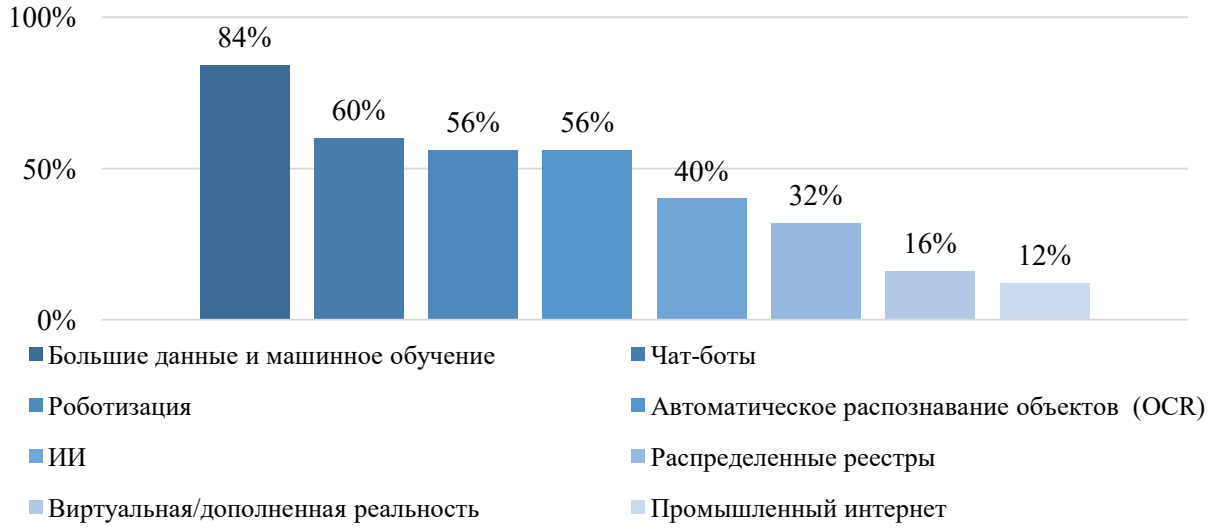


Рисунок 2 — **Использование цифровых технологий российскими финансовыми институтами** [11]

Таким образом, российские организации банковского сектора сохраняют потенциал для более активного применения совокупности цифровых технологий для повышения эффективности деятельности. Основным фактором, тормозящим такое применение, является неразвитый уровень корпоративной культуры инноваций (согласно опросу, ей довольны лишь 19 % респондентов) [11].

Выводы

Передовые технологические и продуктовые решения, разрабатываемые и внедряемые в банковском секторе в процессе цифровой трансформации, активно изменяют бизнес-процессы. Наиболее активно данным процессам подвержены лидеры рынка, участвующие в международных объединениях и самостоятельно разрабатывающие отраслевые решения. Основными стимулами к продолжению и интенсификации цифровой трансформации на 2021 г. являются повышение эффективности бизнес-процессов и, как следствие, конкурентоспособности организаций-инноваторов, растущая нужда клиентов в цифровых сервисах и последствия кризисных явлений, вызванных пандемией. В мировом масштабе банковские организации стараются разрабатывать и внедрять в свою деятельность цифровые продукты в сферах обслуживания клиентов, денежных переводов, взаимодействия со сторонними организациями и построения собственных бизнес-экосистем. Банковский сектор остается одним из наиболее развитых с точки зрения цифровой трансформации секторов экономики, способным получать, обрабатывать и применять результаты анализа данных своих пользователей. Совокупность подобных условий создает основу для расширения использования продуктовых решений в области цифровой трансформации на всю сферу банковского сектора.

В 2021 г. традиционные организации банковского сектора продолжают конкурировать с необанками, ориентированными преимущественно на цифровой формат предоставления услуг клиентам и активно применяющими цифровые технологии в своей деятельности.

Конкурентное преимущество ведущих традиционных банков заключается в устойчивой деловой репутации, сочетающейся с высокими темпами цифровизации.

Новым явлением в банковском секторе становится активное применение цифровых валют, в том числе центральными банками различных юрисдикций.

Российский банковский сектор стремительно цифровизируется, активно применяя инновационные решения в собственных бизнес-процессах, оставаясь одним из флагманов мировой цифровой трансформации банковского сектора. На 2021 г., однако, сохраняется потенциал для внедрения новых технологий путем развития корпоративной культуры инноваций.

Библиографический список

1. *Сироткина, Н. В., Филатова, М. В.* Сетевой формат взаимодействия: вызовы цифровой экономики, проблемы и перспективы // РСЭУ. — 2019. — № 3 (46).

2. *Magomaeva, L., Galazova, S.* Banking innovations as basis for digital transformation of banking sector // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. — Krasnoyarsk, 2021. — P. 1809–1823.

3. McKinsey Global Banking Annual Review 2019 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://mckinsey.com.

4. *Вовченко, Н. Г., Галазова, С. С., Сопченко, А. А.* Влияние экономики пандемии на мировые тренды цифровой трансформации // Интеллектуальные ресурсы — региональному развитию. — 2020. — № 2. — С. 275–283.

5. *Ручкина, Г. Ф., Березин, М. Ю., Демченко, М. В.* Внедрение и практическое применение современных финансовых технологий: законодательное регулирование. — М., 2020.

6. McKinsey Global Banking Annual Review 2020 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://mckinsey.com.

7. *Бабкин, А. В., Буркальцева, Д. Д., Костень, Д. Г., Воробьев, Ю. Н.* Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. — 2017. — № 3.

8. *Куприяновский, В. П., Добрынин, А. П., Синягов, С. А., Намиот, Д. Е.* Целостная модель трансформации в цифровой экономике — как стать цифровыми лидерами // International Journal of Open Information Technologies. — 2017. — № 1.

9. How Digital Done Right Pays Off for Retail Banks [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.bain.com.

10. Уровень цифровой зрелости банков — 2020 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://deloitte.com.

11. Исследование по цифровизации и инновационной открытости российских предприятий [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://home.kpmg/ru.

Bibliographic list

1. *Sirotkina, N. V., Filatova, M. V.* Network format of interaction: challenges of digital economy, problems and prospects // RSEU. — 2019. — № 3 (46).

2. *Magomaeva, L., Galazova, S.* Banking innovations as the basis for digital transformation of banking sektor // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. — Krasnoyarsk, 2021. — P. 1809–1823.

3. McKinsey Global Banking Annual Review 2019 [Electronic resource]. — Mode of access: https://mckinsey.com.

4. *Vovchenko, N. G., Galazova, S. S., Sopchenko, A. A.* Influence of pandemic economy on the world trends of digital transformation // Intellectual resources for regional development. — 2020. — № 2. — P. 275–283.

5. *Ruchkina, G. F., Berezin, M. Yu., Demchenko, M. V.* Implementation and practical application of modern financial technologies: legislative regulation. — M., 2020.

6. McKinsey Global Banking Annual Review 2020 [Electronic resource]. — Mode of access: https://mckinsey.com.

7. *Babkin, A. V., Burkaltseva, D. D., Kosten, D. G., Vorobiev, Yu. N.* Formation of digital economy in Russia: essence, features, technical normalization, develop-

ment problems // Scientific and technical bulletins of St. Petersburg State Polytechnic University. Economic sciences. — 2017. — № 3.

8. *Kupriyanovskiy, V. P., Dobrynin, A. P., Sinyagov, S. A., Namiot, D. Ye.* Holistic model of transformation in digital economy — how to become digital leaders // International Journal of Open Information Technologies. — 2017. — № 1.

9. How Digital Done Right Pays Off for Retail Banks [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.bain.com.

10. Level of digital maturity of banks — 2020 [Electronic resource]. — Mode of access: https://deloitte.com.

11. Research on digitalization and innovative openness of Russian enterprises [Electronic resource]. — Mode of access: https://home.kpmg.

Т. В. Третьяченко, Г. Б. Пивоварова

К ПРОБЛЕМЕ МИРОВОГО РЫНКА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ НАРУШЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕПОЧЕК ПОСТАВОК

Аннотация

В статье анализируется состояние глобального рынка мясной продукции и риски, связанные с нарушением логистических цепочек поставок продовольствия в силу коронавирусного давления. Рассматриваются меры, принятые государством по сохранению безопасности в будущем отечественной продовольственной системы. Сделан вывод о том, что мировой рынок мясной продукции адаптировался к ограничительным мерам, цены в этом сегменте продовольственного рынка стабилизировались, проблем производства мясной продукции в ближайшей перспективе не прогнозируется, восстановление цепочек поставок продовольствия привело к улучшению состояния в торговле, где наметились тенденции к росту. Предложен ряд мер по усилению продовольственной безопасности в будущем.

Ключевые слова

Коронавирус, логистические цепочки поставок, пандемия, продовольственная безопасность, рынок мясной продукции.

T. V. Tretiachenko, G. B. Pivovarova

TO THE PROBLEM OF THE WORLD MARKET OF MEAT PRODUCTS IN CONDITIONS OF DISRUPTED LOGISTICS SUPPLY CHAINS

Annotation

Article analyzes the state of global market of meat products and risks associated with disruption of food supply chains due to coronavirus pressure. Measures taken by the state to preserve the security of domestic food system in future are considered. It is concluded that the world market of meat products has adapted to restrictive measures, prices in this segment of food market have stabilized, problems of production of meat products in short term are not projected, and restoration of food supply chains has led to an improvement in trade, where there are upward trends. A number of measures have been proposed to strengthen food security in future.

Keywords

Coronavirus, logistics supply chains, pandemic, food security, meat products market.

Введение

Указом Президента РФ в январе 2020 г. была утверждена новая Доктрина продовольственной безопасности [1], значительно отличающаяся в области продовольственной независимости страны по сравнению с Доктриной 2010 г.

Предложенная Указом трактовка продовольственной независимости базируется на постулатах, позволяющих импортировать те продукты, которые востребованы на внутреннем рынке страны, даже, если такие продукты выпускаются российскими производителями, но являются неконкурентоспособными по отношению к зарубежным аналогам. Обязательным условием импорта таких продуктов является соблюдение паритета импорта и экспорта. Такой подход по замыслу инициаторов должен повысить уровень продовольственной независимости страны по всем продовольственным группам, причем не только за счет импортозамещения, но и за счет экспортируемой отечественной продукции, эффективное производство которой возможно только в условиях России.

Материалы и методы

Введение норм скорректированной Доктрины совпало по времени с глобальным распространением коронавирусной инфекции, и ограничительными мерами, принятыми практически одновременно во всех странах мира. На этом фоне стали отчетливо проявляться, а затем обвально нарастать признаки экономического кризиса, обострилась проблема обеспечения продовольственной безопасности, усилились риски, связанные с нарушением логистических цепочек поставок продовольствия, дестабилизацией продовольственного рынка и ростом цен.

Перспектива затяжного течения пандемии заставила правительства принять конкретные меры по ограничению негативных факторов воздействия на локальные продовольственные рынки (рис. 1), что обострило проблему продовольственной безопасности не только для нашей страны, но и других стран.



Рисунок 1 — **Меры по ограничению воздействия COVID-19 на продовольственные рынки, принятые в странах мира** [2, 3]

Всемирный Банк в ответ на введенные национальными правительствами экспортные ограничения заявил об их негативном влиянии на мировой продовольственный рынок. Эскалация экспортных ограничений, по мнению экспертов Банка, могла утроить первоначальный шок, снизив мировые экспортные поставки продовольствия в рамках некооперативной торговой политики исходя из одного из сценариев развития событий (пессимистичного, реального или китайского, оптимистичного) на более чем 20 %, 40 % и 55 % соответственно. В свою очередь, сокращение поставок может вызвать рост мировых цен на продовольствие в течение квартала, следующего за вспышкой пандемии, в среднем более чем на 6 %, 12 % и 17 % соответственно в зависимости от сценария развития событий [3, с. 16–17]. Прогнозы экспертов Всемирного Банка подтвердились.

Обсуждение

Принятые на национальном уровне меры в ответ на вспышку коронавирусной инфекции COVID-19 и ее распространение многократно усилили риски, вызванные разрывами в глобальных и региональных цепочках поставок, привели к транспортным задержкам и появлению узких мест в потоке товаров и услуг, в том числе и в продовольственном секторе мирового рынка.

Нарушились сложившиеся взаимоотношения между сельхозпроизводителями, предприятиями переработки и торговой сетью, значительно снизились запасы продовольственных ресурсов.

Снижение физической доступности продовольствия вызвало давление на спрос, ухудшило качество питания и состояние здоровья людей, у части населения в результате потери занятости и доходов снизился уровень доступности продовольствия, хотя уже в марте 2020 г. 45 стран мира внедрили или расширили свои программы социальной защиты в ответ на пандемию.

По мнению некоторых ученых [2, 3] кризис 2020 г., вызванный пандемией COVID-19, в отличие от глобального продовольственного и финансового кризиса 2007–2008 гг., на первом этапе его проявления не вызвал дефицита продуктов питания.

В первую волну пандемии, когда масштабы распространения болезни только нарастали, цены на основные продовольственные товары оставались стабильными, и с января 2020 г. по май 2020 г. даже показывали снижение. Однако, усвоив уроки первой волны пандемии, участники глобального продовольственного рынка изменили свое поведение, что привело к нестабильности внешних рынков, росту цен на продовольствие (рис. 2).

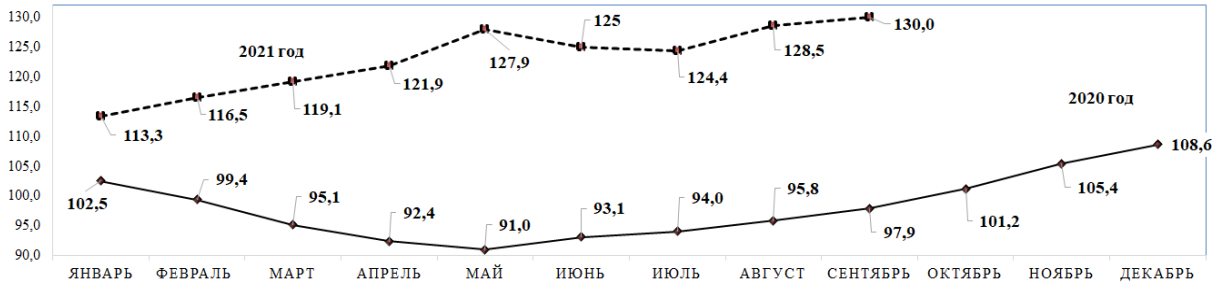


Рисунок 2 — **Динамика Индекса продовольственных цен ФАО в январе-декабре 2020г. и январе-сентябре 2021 г., %** [4, с. 160]

Сегмент мяса и мясной продукции продовольственного рынка, еще не оправившийся к моменту вспышки эпидемии 2020 г. от негативных последствий высококонтагиозной вирусной болезни свиней, в наибольшей степени испытал удар ограничительных мер, направленных против распространения коронавируса.

Так, к середине июня 2020 г. в Китае из-за дефицита полутуш, снижения импортных поставок рост цен на свинину составил +59,3 % в годовом исчислении. Одновременно в Бразилии — одной из крупных экспортеров мяса, вследствие снижения стоимости кормов и сокращения экспортных поставок наблюдалось снижение цен на свинину на 28,8 % в годовом исчислении. Аналогичная ситуация сложилась и в США, где на фоне растущего производства при одновременном снижении спроса в розничном сегменте также наблюдалось снижение ценовых показателей на свинину (на 62,1 % за год). В России и Европе снижение цен на свинину было не столь значительным на 3,0 % и 8,9 % соответственно.

На мировых рынках ситуация с ценами на говядину и мясо птицы во многом была идентична ситуации со свининой (рис. 3).

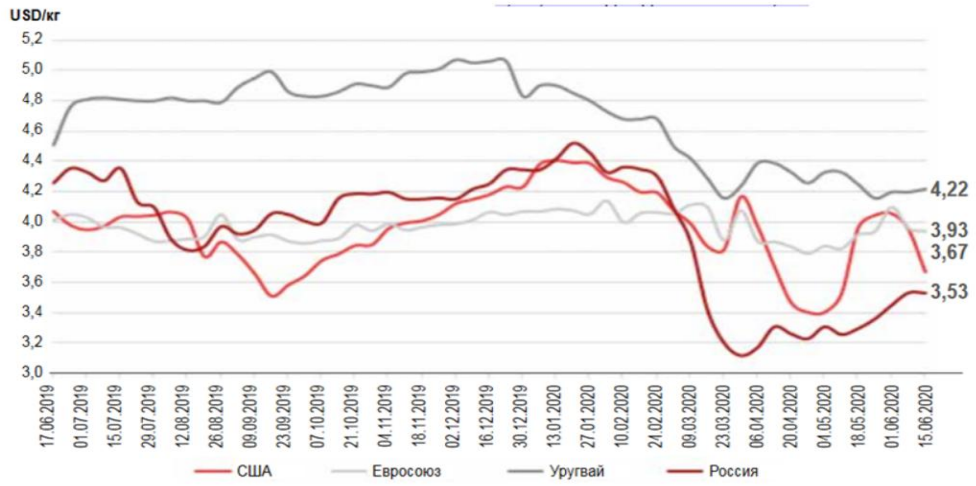


Рисунок 3 — **Динамика мировых цен на говядину в убойном весе** [5]

По итогам 2020 г. объемы мировой торговли мясом практически восстановились, однако темп роста продаж был ниже темпа роста, сложившегося в 2019 г., на 6,8 %.

Сдерживание роста мировой торговли мясом было обусловлено не только снижением его потребления из-за потери части дохода населением, но и по причине нарушения целостности логистических цепочек поставок из-за введенных ограничений на грузовые перевозки, а также резкого падения спроса со стороны предприятий общественного питания, несмотря на сокращение производства из-за проблем дефицита кадров на бойнях и перерабатывающих предприятиях (табл. 1).

Таблица 1 — **Темпы роста мирового производства, торговли и потребления мяса, индекс цен ФАО на мясо за 2018–2021 гг.**

Показатель	2019/2018	2020/2019 оценка	2021/2020 прогноз	Изменение: 2021/2020 к 2020/2019, %
Производство	342,2	338,9	333,0	-1,7
Говядина	71,5	72,6	72,0	-0,8
Мясо птицы	127,3	133,6	136,8	2,4
Свинина	120,9	109,8	101,0	-8,0
Баранина	15,8	16,0	16,2	0,9
Торговля	33,8	36,1	37	2,4
Говядина	10,5	11,2	11,1	-1

Показатель	2019/2018	2020/2019 оценка	2021/2020 прогноз	Изменение: 2021/2020 к 2020/2019, %
Мясо птицы	13,5	13,9	13,8	-0,3
Свинина	8,4	9,5	10,6	11,2
Баранина	1,0	1,0	1,0	-2,9
Потребление на душу населения, кг/год	44,6	43,6	42,4	-2,8
Торговля — доля от объема производства, %	9,9	10,7	11,1	4,2
Индекс цен ФАО на мясо (01–05.2020)	166,0	176,0	174,0	4,5

В России риски обеспечения внутреннего рынка на начальном этапе пандемии были связаны с ажиотажным спросом (рис. 4), который проявился в значительном росте объема покупок недорогих продуктов питания относительно длительного срока хранения (+78 %), исчерпанием запасов продовольствия.

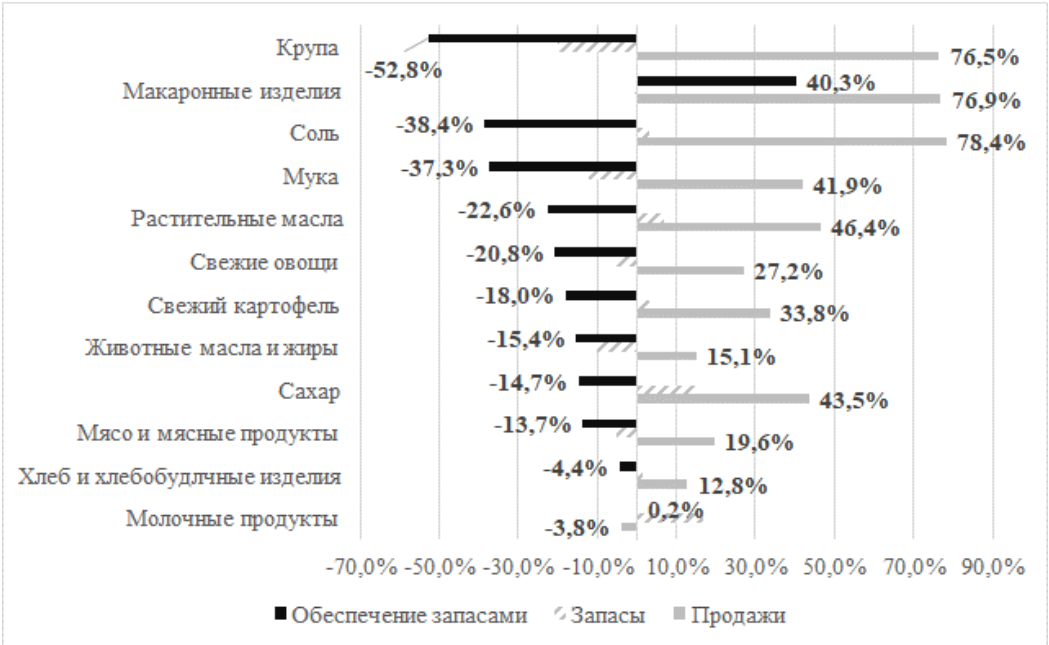


Рисунок 4 — **Динамика продаж и запасов продовольственных товаров в условиях ажиотажного спроса, март 2020 г. к февралю 2020 г.** [6]

Повышение конкурентоспособности на мировом рынке ограниченного списка отечественной продукции в результате девальвации рубля в начале 2020 г. и вывоз продукции в ущерб внутреннему рынку, нарушение цепочек поставок продовольствия в границах ЕАЭС, а также внутри страны между субъектами РФ, угроза заболевания на производствах позже обусловили проблемы на внутреннем рынке [7, с. 312]. Такое положение с экспортом продовольствия потребовало принятия дополнительных мер по защите внутреннего продовольственного рынка.

Результаты

Пандемия COVID-19, по мнению многих аналитиков, должна была завершиться к осени 2020 г., однако несмотря на принятые практически всеми странами мира противоэпидемиологические меры, она по-прежнему оказывает влияние на состояние глобальной экономики, целостность цепей поставок. Вместе с тем установлен ряд тенденций, указывающих на перелом в векторе влияния пандемии на состояние продовольственного рынка, и COVID-19 в настоящее время не является драйвером его развития. Постепенное ослаб-

ление ограничительных мер возвращает уровень потребления продуктов к показателям 2019 г. К примеру, 65 % из опрошенных руководителей компаний указали на превышение объемов выручки относительно допандемийного уровня, более 50 % респондентов намерены увеличить штат сотрудников [8]. Однако проблема продовольственной безопасности на национальном уровне сохранятся. В сегменте мяса и мясной продукции продовольственного рынка страны в 2021 г. произошли значительные изменения, связанные с растущим спросом на отдельные виды мяса, что привело к росту среднего значения индекса цен на мясо на 26,3 % (к показателю сентября 2020 г.). В течение всего периода 2021 г. на мировом рынке наблюдался дисбаланс предложения и спроса на мясо баранины: при растущем спросе на этот вид мяса его экспортное предложение было ограниченное, что не могло не отразиться на котировках, которые в этот период имели устойчивый тренд роста.

Устойчивый тренд роста показывали и котировки на говядину, что связано с сокращением мировых поставок этого вида мяса вследствие снижения поголовья скота в Океании и Южной Америке. Обратная ситуация сложилась в сегменте мяса птицы и свинины. В сентябре 2021 г., после девяти месяцев неуклонного роста, цены на мясо птицы пошли вниз, причиной чего стало значительное увеличение предложений на мировом уровне, Снижение мировых цен на свинину обусловлено низким спросом на этот вид мяса со стороны Китая и в странах Европе [4].

Ситуация на мировом продовольственном рынке с положительной динамикой цен на отдельные виды мяса и мясной продукции спровоцировала рост экспорт мяса отечественными производителями и сокращение объемов импорта некоторых категорий мясных товаров.

Объем экспорта мяса и готовой мясной продукции, отнесенной к категории подконтрольных товаров, в другие страны вырос за семь месяцев 2021 г. на 3 %, и составил 351,2 тыс. т.

Многократный рост экспорта за рубеж отмечается по таким видам мяса как конина — в 33,1 раза, говядина — в 2,6 раза, незначительный рост отмечен и по экспорту свинины — на 27 % [4].

Выводы

Кризис 2020 г., многократно усиленный ограничительными мерами, связанными с COVID-19, еще раз актуализировал проблему национальной продовольственной безопасности любой страны, в основе которой с одной стороны находится стратегическое развитие ее агропромышленного комплекса, а, с другой стороны, международное сотрудничество и устойчивые, бесперебойно работающие цепи поставок.

Принятие мер по укреплению продовольственной безопасности страны, носящих реактивный характер, позволит стране быть менее уязвимой в условиях выстраивания торговых барьеров. Интерактивная карта, позволяющая видеть узкие места в обеспечении продовольствием в разрезе субъектов Федерации, позволит соответствующим органам в режиме реального времени корректировать буферные запасы, обеспечивая прозрачность и достоверность их состояния.

Визуализация внутренних цепочек поставок продовольствия, транспортировка продуктов питания в те регионы, где они наиболее необходимы, не допуская дефицита, прокладка альтернативных маршрутов доставки грузов, контроль их перемещения в режиме реального времени и геолокация транспортных средств, осуществляющих доставку груза, позволят, с точки зрения авторов, снизить уровень неопределенности при обеспечении продовольственной безопасности страны как на национальном, так и на глобальном уровнях.

Библиографический список

1. Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации : [Указ Президента РФ от 21.01.2020 № 20].
2. *Espitia, A., Rocha, N., Ruta, M.* Database on COVID-19 trade flows and policies [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.worldbank.org.
3. Maximo Torero Cullen FAO. COVID-19 and the risk to food supply chains: How to respond? // Food and Agriculture Organization of United Nations (FAO). — 29.03.2020.
4. Положение с продовольствием в мире [Электронный ресурс] // Продовольственная и сельскохозяйственная ООН. — Режим доступа: http://www.fao.org.
5. Тренды мясного рынка в июне 2020 г.: импорт, структура и динамика цен [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.tsenovik.ru.
6. Розничная торговля, услуги населению, туризм [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/folder/23457?print=1.
7. Российская экономика в 2020 году. Тенденции и перспективы. — М., 2021. — Вып. 42.
8. Опрос финансовых директоров ведущих компаний в России. Ключевые тенденции. Первое полугодие 2021 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.fao.org.

Bibliographic list

1. On approval of Food Security Doctrine of Russian Federation: [Decree of President of RF from 21.01.2020 № 20].
2. *Espitia, A., Rocha, N., Ruta, M.* Database on COVID-19 trade flows and policies [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.worldbank.org.
3. Maximo Torero Cullen FAO. COVID-19 and the risk to food supply chains: How to respond? // Food and Agriculture Organization of United Nations (FAO). — 29.03.2020.
4. Situation with food in the world [Electronic resource] // Food and Agriculture Organization of United Nations. — Mode of access: http://www.fao.org.
5. Trends of meat market in June 2020: import, structure and dynamics of prices [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.tsenovik.ru.
6. Retail trade, services to village, tourism [Electronic resource]. — Mode of access: https://rosstat.gov.ru/folder/23457?print=1.
7. Russian economy in 2020. Trends and prospects. — M., 2021. — Issue 42.
8. Survey of financial directors of leading companies in Russia. Key trends. The first half of 2021 [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.fao.org.

И. Е. Шапиро

ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА БАНКА РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЦЕНОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ

Аннотация

Влияние размера ключевой ставки на ценовую стабильность экономики страны — основная цель денежно-кредитной политики Банка России. Данное воздействие может иметь положительный характер, однако большинство сопутствующих вызовов для выстроенного механизма является существенными испытанием, влияющими на параметры развития экономики страны. Как и любой механизм, денежно-кредитная политика в настоящее время нуждается в необходимости разработки мер, связанных с созданием оптимальных и прозрачных условий ее функционирования. В статье проанализирована динамика инфляции в России и в других экономиках разных стран и ключевой ставки.

В ходе исследования применялись аналитический, количественный и метод сравнения. В результате был выявлен значительный период, начиная с ноября 2020 г. по сентябрь 2021 г., когда реальная процентная ставка в экономике России имела отрицательное значение. В процессе исследования выявлено реальное отставание изменения ключевой ставки для поддержания ценовой стабильности на 6 месяцев. По результатам анализа сделан ряд выводов об отработке и прогнозировании денежно-кредитной политики Банком России и сделан основной вывод о необходимости проведения более жесткой денежно-кредитной политики с целью стабилизации экономики страны и достижения основной цели — ценовой стабильности.

Ключевые слова

Денежно-кредитная политика (ДКП), инфляция, ЦБ РФ, таргетирование инфляции, реальная ставка.

I. E. Shapiro

BANK OF RUSSIA'S MONETARY POLICY AND PROSPECTS FOR PRICE STABILITY

Annotation

Impact of key rate size on price stability of country's economy is the main objective of monetary policy of Bank of Russia. This impact may have a positive nature, but most of associated challenges for the lined mechanism is significant test, affecting the parameters of country's economic development. As any mechanism, monetary policy now needs to develop measures related to creation of optimal and transparent conditions for its functioning. Article analyzes the dynamics of inflation in Russia and in other economies of different countries and key rate. Analytical, quantitative and comparative methods were used in research. As a result, significant period from November 2020 to September 2021, when real interest rate in Russian economy had a negative value, was revealed. Study revealed a real lag in changing the key rate to maintain price stability for 6 months. According to the results of analysis, number of conclusions were made about elaboration and forecasting of monetary policy by Bank of Russia and the main conclusion was made about the need for a tighter monetary policy, in order to stabilize the country's economy and achieve the main goal — price stability.

Keywords

Monetary policy, inflation, CBR, inflation targeting, real rate.

Введение

На современном этапе денежно-кредитная политика ложится в основу формирования стратегии по регулированию аспектов осуществления финансовых и денежных отношений между функционирующими рыночными структурами и подразделениями, уполномоченными государственными органами и банками.

Контроль над уровнем инфляции на современном этапе играет важную роль в рамках функционирования экономических субъектов на сложившемся рынке.

Повышение цен на товары, работы и услуги подразумевает рост социальной напряженности в обществе, что в свою очередь автоматически снижает уровень жизни населения. Данный аспект осуществления денежно-кредитной политики Центральным банком является одним из важнейших и приоритетных при выполнении целевых функций.

Являясь звеном денежной и кредитной сферы страны, Центральный банк имеет ряд целевых функций и задач, которые при своем своевременном выполнении подразумевают создание стабильных и комфортных условий для планомерного функционирования денежно-кредитной системы страны, с целью экономического роста на продолжительном временном интервале.

В «Основных направлениях единой государственной денежно-кредитной политики» (ДКП) Банк России ежегодно раскрывает цели и подходы в реализации ДКП на текущий момент и в среднесрочной перспективе. Согласно стратегии на 2022 г. и период 20023 и 2024 гг., ценовая стабильность является основной целью денежно-кредитной политики Банка России. Ценовая стабильность, с точки зрения Центрального Банка, заключается в снижении и удержании устойчиво низкой инфляции в районе 4 %.

Материалы и методы

Проведем статистический анализ динамики изменения инфляции за последние 3 года помесячно. Для сравнения, проанализируем динамику инфляции в России и в других экономиках разных стран (% к соответствующему периоду предыдущего года). Для анализа возьмем экономики наиболее интересных для нас стран — это США, страны Евросоюза, Британия и Китай. Наш выбор был основан на сравнении динамики в странах как с наличием стабильной экономики с крепкой национальной валютой, таких как: США, Британия и страны Еврозоны, так и самой быстроразвивающейся экономики мира — Китай. Анализ должен нам показать, что страны со стабильной экономикой имеют идентичное движение инфляционных процессов, т. к. на данной территории проводится единая денежно-кредитная политика, с участием МВФ. Динамика изменения инфляции в Китае должна отличаться от динамики анализируемых экономик. И, как результат, мы должны увидеть какой стратегии придерживается Центральный банк России при проведении своей денежно-кредитной политики в части таргетирования инфляции.

Обсуждение

В результате составления диаграммы динамики инфляции в России и в других экономиках разных стран (% к соответствующему периоду предыдущего года) (Блумберг), на основе данных официального сайта ЦБ РФ и Bloomberg, мы видим, что наше предположение в части идентичности динамики инфляции в странах со стабильной экономикой и стабильной национальной валютой (США, страны Еврозоны и Британия) в целом верно. Также мы видим, что динамика инфляции в России и в Китае «выбиваются» из общей инфляционной карты рассматриваемых экономик (рис. 1).

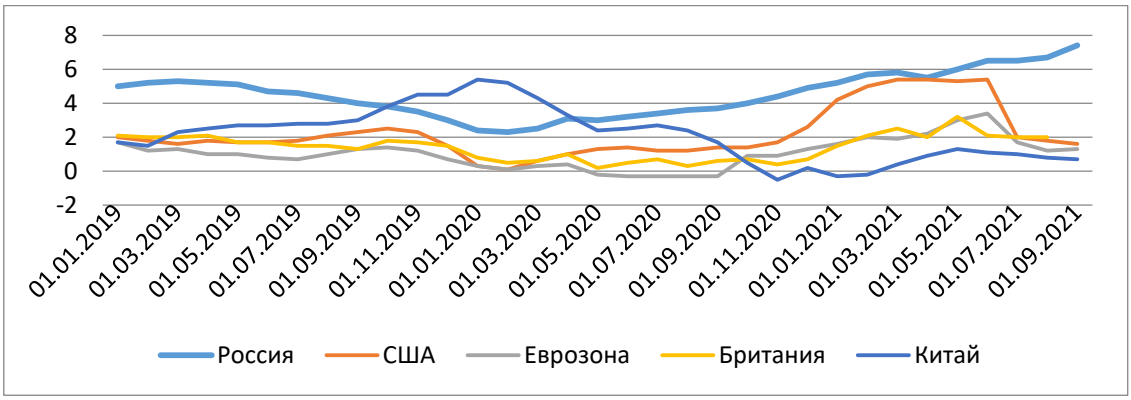


Рисунок 1 — **Динамика инфляции в России и в других экономиках разных стран, % к соответствующему периоду предыдущего года** [1]

Из рисунка 1 видно, что действия Банка России пока не приводят к стабилизации инфляционных процессов ни по аналогии стран с развитой экономикой или хотя бы в сравнении с Китаем.

Предлагаем рассмотреть динамику и сделать вывод об эффективности проводимой денежно-кредитной политики Банком России на основе отраженных показателей инфляции других экономик. Мы видим, что основную цель в снижении и удержании устойчиво низкой инфляции в районе 4 % Центральный Банк смог достичь в 2019 г. и удерживал ее на протяжении 14 месяцев в период с 01.09.2019 по 31.10.2020. Особое внимание привлекает показатель ежемесячной инфляции в России, начиная с мая 2021 г., которая имеет тенденцию роста, противоположную стабилизации инфляционных процессов в рассматриваемых странах. То есть Евразона, Британия, Китай и даже США сумели осуществить соответствующие мероприятия по стабилизации инфляционных процессов в экономиках своих стран и только в России продолжается рост инфляции, который в сентябре 2021 г. составил 7,4 %.

Для более широкого понимания отрицательной тенденции действия ДКП на инфляцию в России предлагаем провести статистический и сравнительный анализ основных показателей единой государственной денежно-кредитной политики. Мы знаем, что основным инструментом удержания ценовой стабильности и соблюдения основных принципов монетарной денежно-кредитной политики Центральный Банк России считает управление ключевой ставкой, которая за рассматриваемый период (3 года) имеет следующие параметры (рис. 2).

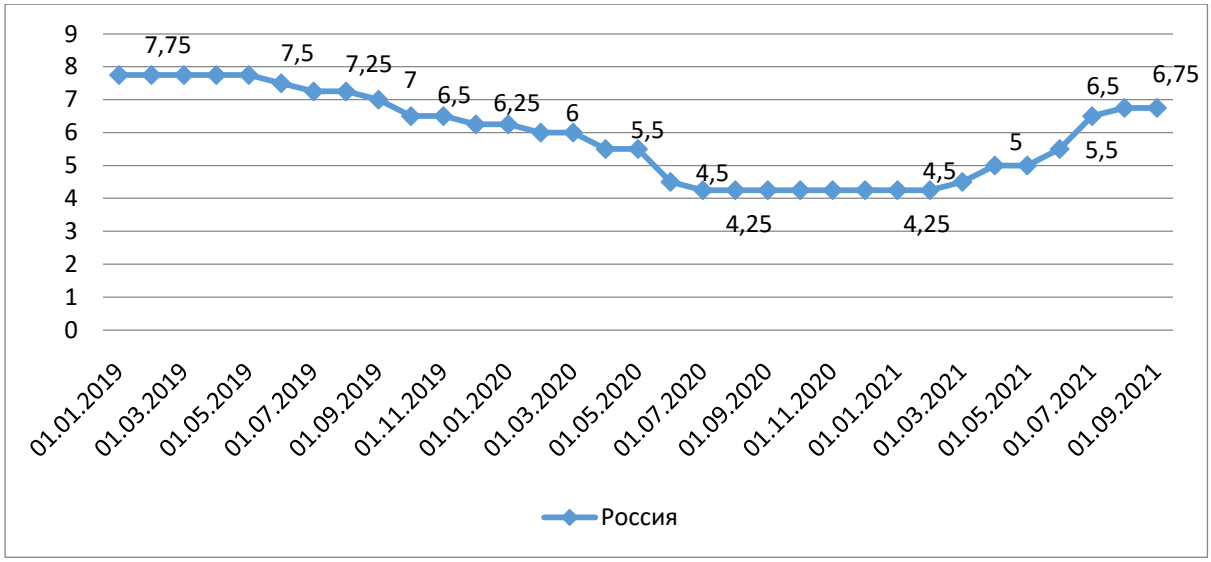


Рисунок 2 — **Динамика ключевой ставки Центрального банка России за последние 3 года** [1]

Таким образом, Центральный Банк начал регулировать/изменять ключевую ставку в сторону увеличение только с марта 2021 г. Согласно опыту, изменение ключевой ставки отражается в экономике минимум через 4 месяца, в среднем процесс таргетирования занимает 6–8 месяцев. Центральный Банк сейчас отрабатывает уже запущенные в экономику инфляционные процессы, а не занимается ее таргетированием, как это указано в официальном документе Банка России — Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики. В данном документе указано, что решения принимаются на основе прогноза, однако проведенный выше анализ показывает, про-

гнозные отделы Центрального банка, скорее всего, работают на аналитических данных предыдущих периодов. Также можно сделать вывод, что действия Центрального банка по сдерживанию инфляции были проведены с опозданием на 6 месяцев, что с большой вероятностью приведет к продолжающемуся росту инфляции в ближайшие 8–12 месяцев.

Далее предлагаем рассмотреть, мог ли Банк России заметить раньше изменения в экономике страны и своевременно отреагировать на происходящие процессы. Мы знаем, что на денежно-кредитную политику помимо инфляционных процессов влияет множество факторов и показателей, такие как: валовой внутренний продукт, требования банковской системы к экономике, прямые инвестиции, пандемия COVID-19, внесшая свои корректировки в мировые экономические процессы. Но в данной статье, мы будем рассматривать и анализировать деятельность Центрального Банка в части поддержания денежно-кредитной политики для целей стабилизации и роста экономики страны с использованием изменения ключевой ставки. Поэтому для наглядности, соединим два ключевых показателя денежно-кредитной политики: уровень инфляции и ключевую ставку на одном графике (рис. 3).

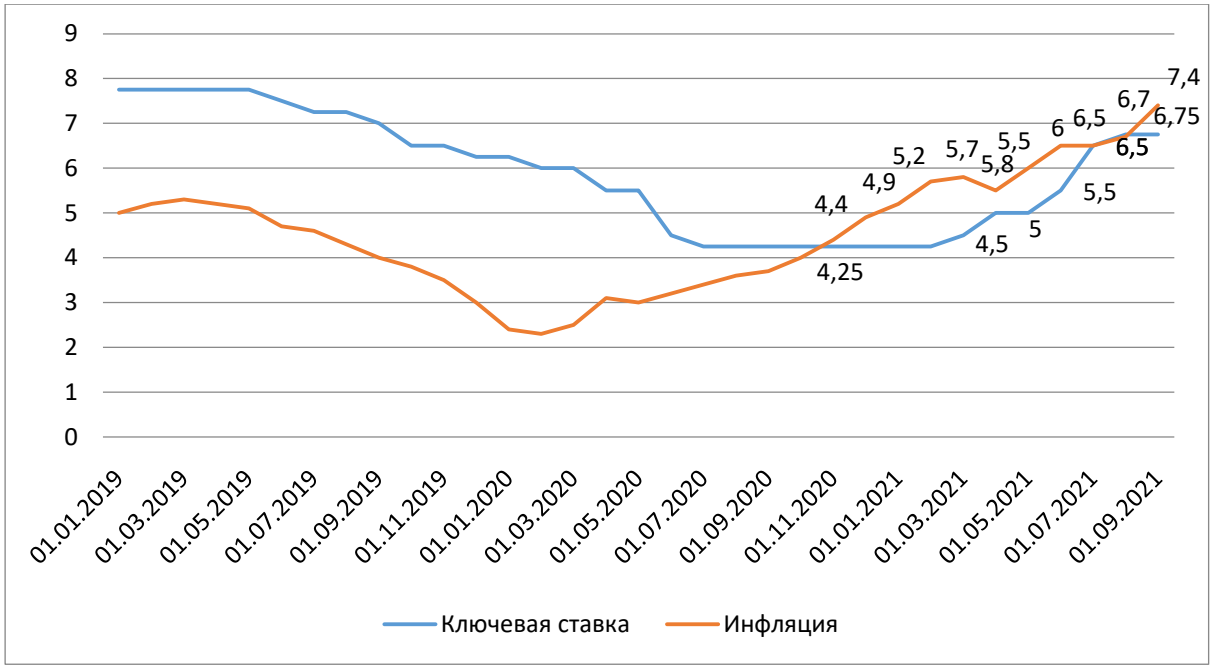


Рисунок 3 — **Динамика ключевой ставки инфляции в России** [1]

График на рисунке 3показывает нам, что в период с 2019 г. по июнь 2020 г. номинальная ключевая ставка и реальная ставка были положительными. Так, средняя ключевая ставка за 2019 г. составляла 7,25 %, а инфляция — 4,475 %. Следовательно, банковская система имела возможность зарабатывать и поддерживать внутренние экономические процессы, о чем говорит рост ВВП за данный период в среднем на 2,22 % в квартал. Далее, с июля 2020 г., мы видим, что разрыв между ключевой ставкой и инфляцией начинает снижаться, что приводит к снижению эффективности денежно-кредитного обращения и с ноября 2020 г. мы констатируем, что реальная процентная ставка в России имела отрицательное значение. Так, по состоянию на 30.11.2020 ключевая ставка составляла 4,25 %, инфляция — 4,4 %, таким образом, реальная

кредитная ставка составила -0,15 %. И с каждым месяцем отрицательное значение реальной ставки увеличилось, а в феврале 2021 г. она составила -1,45 %, в мае 2021 г. — -1,0 %, в июне 2021 г. — -0,65 %. Действия Центрального Банка не успевают за инфляционными процессами в стране, которые помимо объективных причин усугубляются устойчивыми инфляционными ожиданиями населения, поддерживаемыми действиями ЦБ России.

Результаты

Согласно проведенному анализу, мы можем предположить, при ужесточении монетарной политики Банком России в ноябре 2020 г., даже не используя прогнозный метод оценки, а отрабатывая реальную картину экономики, и повысив ключевую ставку на 1,5–2,0 п.п., денежно-кредитная система страны пострадала значительно меньше от оттока капитала из экономики. Однако повышение ключевой ставки может привести и к противоположному эффекту — ослаблению национальной валюты и снижению объема кредитного рынка. На наш взгляд, адекватное повышение ключевой ставки до уровня положительного значения реальной ставки в размере 1,5–2,0, будет сопровождаться положительной оценкой со стороны инвесторов экономики страны.

Первым показателем, характеризующим осуществление эффективной денежно-кредитной политики на территории России, является динамика прямых инвестиций.

По данным Центрального Банка России, в 2020 г. прямые иностранные инвестиции снизились в три раза, составив 9,5 млрд долл. против 31,9 млрд долл. в 2019 г. В 2021 г. ситуация за первые 2 квартала лучше 2020 г. на 8,5 млрд долл., но существенного улучшения до уровня 2019 г. пока нет. «Максимальный объем иностранных инвестиций в российскую экономику в течение последних 10 лет наблюдался в 2013 г. и составил около 70 млрд долл. С тех пор, интерес инвесторов к нашей стране так и не восстановился» [2].

Несмотря на пандемию COVID-19, прямые иностранные инвестиции в экономику Китая составили около 163 млрд долл., что на 4 % больше, чем в 2019 г. «(причем в 2021 г. этот показатель уже вырос, кроме того, отдельно считаются инвестиции по Гонконгу, и по итогам 2 квартала 2021 г. прямые иностранные инвестиции составили 2,1 трлн долл.)» [2], а в экономику США инвестиции составили около 134 млрд долл., почти в 2 раза меньше в сравнении с 2019 г., но в 14 раз больше, чем в экономику России.

Выводы

Динамика прямых инвестиций в Россию имеет тенденцию стабильного снижения. Данный аспект основан на склонности сторонних инвесторов к выводу оборотного капитала из экономики страны, т. к. она не является стабильной экономикой со стабильной валютой и не позволяет зарабатывать реальный доход. Также тенденция снижения формируется под влиянием санкционной политики и нестабильности экономического положения страны. Динамика инвестиций частного сектора также имеет выраженную тенденцию снижения, так как эффективность использования данного вида деятельности подразумевает получения дохода для вкладчиков и инвесторов, однако в текущий момент — экономическая ситуация в стране является нестабильной, реальная процентная ставка — отрицательная, что приводит к оттоку частного капитала.

Основной вывод проведенного исследования, на наш взгляд состоит в том, что Центральному Банку России в текущих условиях нестабильной экономики, продолжающейся пандемии COVID-19, снижения уровня прямых инвестиций необходимо проводить более жесткую денежно-кредитную политику с целью стабилизации экономики страны и достижения основной цели — ценовой стабильности.

Библиографический список

1. Официальный сайт ЦБ РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.cbr.ru.

2. Проект «20 идей». Как ускорить развитие промышленности в России и привлечь в страну иностранных инвесторов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.vedomosti.ru.

3. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2022 г. и период 2023 и 2024 гг.

4. Деньги, кредит, банки : учеб.-метод. пособие / О. Г. Семенюта, Е. В. Добролежа, Е. М. Соколова [и др.]. — 2-е изд. — Ростов-на-Дону, 2020.

5. Как банк России влияет на инфляцию [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.cbr.ru.

6. *Рождественская, Т. Э., Гузнов, А. Г.* Публичное банковское право : учебник для магистров. — М., 2016.

7. *Семенюта, О. Г., Шапиро, И. Е.* Системы цифровых денег Центрального банка и будущее денежно-кредитной политики // Цифровая революция в логистике: эффекты, конгломераты и точки роста : материалы междунар. науч.-практ. конф. XIV Южно-Российский логистический форум. — Ростов-на-Дону, 2018. — С. 285–289.

Bibliographic list

1. Official site of Central Bank of Russian Federation [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.cbr.ru.

2. Project «20 ideas». How to Timeline Industrial Development in Russia and Attract Foreign Investors to the Country [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.vedomosti.ru.

3. The Main directions of unified state monetary policy for 2022 and the period of 2023 and 2024.

4. Money, credit, banks : textbook / O. G. Semenyuta, E. V. Dobrolega, E. M. Sokolova [and others]. — 2nd ed. — Rostov-on-Don, 2020.

5. How the Bank of Russia influences inflation [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.cbr.ru/dkp/w_infl.

6. *Rozhdestchenskaya, T. E., Guznov, A. G.* Public banking law : textbook for masters. — M., 2016

7. *Semenyuta, O. G., Shapiro, I. E.* Digital money systems of Central Bank and future of monetary policy // Digital revolution in logistics: effects, conglomerates and growth points : proceedings of international scient.-pract. conf. XIV South-Russian logistics forum. — Rostov-on-Don, 2018. — P. 285–289.

С. Н. Щемелев, М. Е. Коликова

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РОССИЙСКИХ БАНКОВ КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ИХ ВНУТРИСТРАНОВОЙ И МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Аннотация

Целью статьи является концептуальное объяснение влияния процессов внедрения банковских инновационных технологий на конкурентоспособность российских банков. Проведенное исследование базируется на оценке происходящих изменений в экономике, влиянии инновационных банковских технологий на повышение конкурентоспособности банков и радикальном изменении рынка финтех-услуг, носящем системный, глобальный характер. Показано, как применение банковских инновационных технологий трансформирует банковские продукты и их предложение, формирует новые типы организационных банковских структур, эффективно реализующих функции управления в направлении повышения конкурентоспособности финансово-кредитных учреждений. Показана вре-

менная последовательность качественных изменений как традиционных банков, так и новых под влиянием инновационных технологий. Методологическим базисом являются: системный анализ, методы дедукции и индукции, историко-логистический подход к процессам трансформационных изменений банков под влиянием инновационных банковских технологий, оказывающих исключительное влияние на конкурентоспособность финансово-кредитных учреждений. Обосновано и проиллюстрировано поэтапное изменение банковских продуктов и концептуальность построения финансово-кредитных учреждений под влиянием внедряемых инновационных банковских услуг. Полученные результаты позволяют разрабатывать стратегии внедрения инновационных банковских технологий и трансформационных изменений систем управления традиционными банками, создавать новые, уже базирующиеся на инновационных технологиях, учитывающих существующие и перспективные достижения в этой сфере. Обосновано перспективное, поэтапное, трансформационное развитие банков вследствие внедрения инновационных технологий, обеспечивающее повышение конкурентоспособности тех из них, которые занимают лидирующие позиции на рынке финтех-услуг, как внутреннем, так и мировом.

Ключевые слова

Инновационные банковские технологии, банковская конкуренция, рынок финтех-услуг, новые системы управления банками.

S. N. Shchemelev, E. M. Kolikova

INTRODUCTION OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES INTO ACTIVITIES OF RUSSIAN BANKS AS A CONDITION FOR INCREASING THEIR DOMESTIC AND INTERNATIONAL COMPETITIVENESS

Annotation

Article has conceptual explanation of impact of processes of implementation of banking innovation technologies on competitiveness of Russian banks. Study is based on assessment of ongoing changes in economy, impact of innovative banking technologies on improving banking competitiveness and radical changes in market of financial-technical services, which are systemic, global in nature. Article shows how the use of banking innovative technologies transforms banking products and their offerings, forms new types of organizational banking structures, effectively implementing the functions of management in direction of increasing the competitiveness of financial-credit institutions. Time sequence of qualitative changes in traditional banks as well as in new ones under the influence of innovative technologies is shown. Methodological basis is system analysis, methods of deduction and induction, historical and logical approach to processes of transformational changes of banks under influence of innovative bank technologies having exclusive influence on competitiveness of financial-credit institutions. As a result of conducted study the step-by-step changes of banking products and conceptualization of financial-credit institutions under the influence of implemented innovative banking services were substantiated and illustrated. Results obtained allow the development of strategies for introduction of innovative banking technologies and transformational changes in management systems of traditional banks to create new, already based on innovative technologies. Prospective, gradual, transformational development of banks due to introduction of innovative technologies, providing increased competitiveness of those of them that take a leading position in market of financial and technical services, both domestic and global.

Keywords

Innovative banking technologies, banking competition, market for fintech-services, new banking management systems.

Введение

Происходящая в настоящее время четвертая научно-техническая революция, основанная на цифровых технологиях, радикально преобразует все сферы общества, имея своей целью формирование новой киберфизической среды. Новые средства коммуникации и обработки больших массивов информации начинают соединяться с высокоавтоматизированным производством, формируя принципиально новые системы управления во всех составляющих общественного производства. Инновационная деятельность современных предприятий и организаций — это фундаментальная основа их социально-экономического развития в современных условиях. Инновации создают конкурентные преимущества, как отдельных предприятий и организаций, так и сфер общественного производства значительно повышая его эффективность на всех ее уровнях. Процессы перехода к цифровой экономике не синхронизируются во времени автоматически по сферам деятельности и странам. Там, где уровень проникновения финтех-технологий выше, эти процессы протекают значительно активней. К такой области относится банковский сектор, одним из первых активно переходящий к цифровой экономике. Банковская инновационная деятельность стимулируется и недостаточностью традиционных банковских технологий и инструментов в условиях глобального снижения стоимости капитала, обусловленного антикризисными стимулирующими действиями центральных банков всех крупнейших стран мира.

Использование инновационных банковских технологий обеспечивает конкурентоспособность как отдельного банка, так и банковской системы на национальном и международном рынках. Банковская инновационная деятельность выступает базовой детерминантой конкуренции, проходя в своем развитии несколько этапов и охватывая создание инновационных продуктов, технологий, систем управления.

Материалы и методы

Проблематика использования инноваций в банковском секторе освещена в работах Айзатуллина Ш. И., Воробьевой Ю. О., Гусевой М. И., Зубковой С. В., Кораблевой О. Н., Мигуля М. А., Родина Д. Я., Самородовой И. А., Чучелина А. Ю. Исследования этих и других авторов позволили прийти к выводу о том, что банковская инновационная технология — это конечный результат инновационной банковской деятельности, она представляет собой усовершенствованный организационно-управленческий либо торгово-технологический процесс, направленный на достижение максимального социально-экономического эффекта при взаимодействии с внешней средой. Следствием применения банковских инновационных технологий является не только предложение на рынке новых банковских продуктов и услуг, но и формирование новых типов организационных структур, способных эффективно реализовывать основные функции управления в свете необходимости продвижения и поддержания конкурентоспособности на рынке.

Говоря о ретроспективе развития банковских инноваций в деятельности национальных банков, можно выделить несколько этапов, получивших свое развитие в свете перехода на рыночные отношения (табл. 1).

Необходимо отметить, что областью развития банковских инновационных технологий выступает, главным образом, спектр финтех-услуг, который распространяется не только на собственно банковские продукты и услуги, но и на процессные технологии, с помощью которых последние функционируют. Динамика развития сектора финтех-услуг подстегивается ростом компьютеризации как населения, так и всех социально-экономических систем.

Таблица 1 — **Генезис развития банковских инноваций в национальной банковской системе**

Этап	Временной интервал	Характеристика этапа
1-й этап	1991–1997	Формирование предпосылок для развития инновационной деятельности российских банков. Период характеризуется высокой прибыльностью банковской деятельности
2-й этап	1998–2001	Первый этап активизации банковской инновационной деятельности, обусловленный кризисом 1998 г. и необходимостью повышения рентабельности банковской деятельности
3-й этап	2002–2007	Внедрение банковских инноваций, обусловленных общим экономическим подъемом и необходимостью сохранения прибыльности банковских операций
4-й этап	2008 — н. в.	Ужесточение конкурентной борьбы, сокращение эффективности банковской деятельности на фоне стагнации российской экономики, активизация деятельности банков на международных рынках приводят к активному внедрению инноваций в деятельность финансово-кредитных учреждений

Примечательно, что лидерами в области внедрения финтех-услуг в предковидный период стали Китай (87 %), Индия (87 %) и РФ (82 %) [1]. Вместе с тем, несмотря на то что крупнейшие технологические компании расположены на территории США, уровень распространения данных услуг в стране составлял 34 % — 24-е место в общем рейтинге по данному показателю [2].

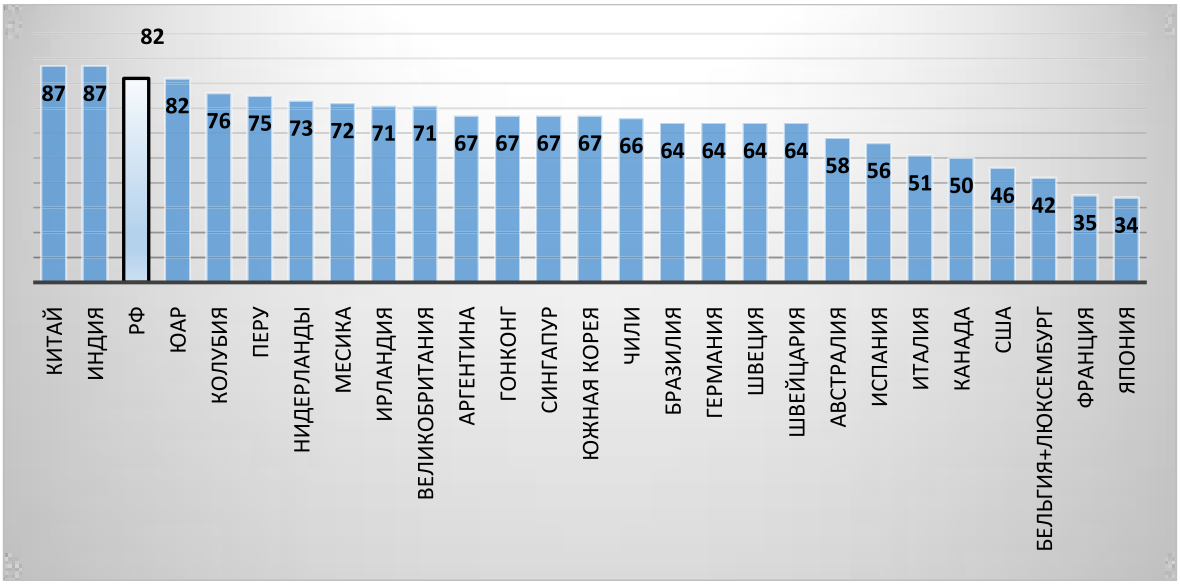


Рисунок 1 — **Рейтинг стран по распространенности финтех-услуг в 2019 г.**

Динамика диффузии финтех-услуг в России имеет положительную тенденцию и за период с 2015 по 2020 гг. произошло их увеличение более чем в два раза. Подобный уровень распространения финтех-услуг в развивающихся странах может быть объяснен рядом факторов, в число которых входит и демографический.

Лидерство по подаче заявок на патенты и разработки банковских инноваций принадлежит Китаю, на долю которого приходится 43 % выданных патентов в этой области (Agricultural Bank of

China, Industrial and Commercial Bank of China, China Construction Bank, Bank of China) [3]. Также в топ-10 среди лидеров в указанном секторе попали банки Канады (Royal Bank of Canada, Toronto-Dominion Bank), США (Bank of America).

В перспективе отдельные исследователи определяют развитие инновационного банковского сектора не только в разрезе непосредственного предоставления банковских продуктов и услуг, но и в пересекающихся областях. Так, согласно аналитическим исследованиям [4] на горизонте до 2030 г. с одновременным снижением средств банков, направляемых на предоставление кредитов на различные нужды (снижение до 15 %) и соответственным снижением процентных доходов, возрастет доля доходов от услуг, ранее банками не предоставлявшихся. Работа банковского сектора существенно диверсифицируется, и продуктовый сегмент будет в значительной степени представлять собой симбиоз банковских, телекоммуникационных и прочих услуг. Банковский сектор выступит локомотивом развития ИТ-компаний, поставщиком кадров для других смежных отраслей. Изучение инновационной деятельности банков проведем на основе имеющихся эмпирических данных и историко-логистического подхода, дополненных общеэкономическими методами исследования.

Результаты

Для определения основных траекторий развития банковских инновационных технологий в контексте поддержания конкурентоспособности национальных игроков на международном рынке, рассмотрим их совокупность по определенным кластерам. Всю совокупность банковских инноваций можно условно подразделить на три группы: продуктовые, процессные, инновации в бизнес-моделях. При этом каждая из групп основывается на отдельных банковских инновационных технологиях.

Рассмотрим каждую из групп.

А. Продуктовые банковские инновации. В самом общем виде продуктовая инновация представляет собой значительное улучшение поставляемого товара или услуги. Улучшение может достигаться в основном за счет улучшения или изменения способа производства, при этом инновация может не являться новой для рынка, но будет являться таковой для отдельно взятого предприятия. Принципиально новые продукты в банковском секторе сопряжены с использованием в основном инновационных информационных технологий, позволяющих осуществлять аналитику большого массива данных, использовать технологии машинного обучения и искусственного интеллекта. Немаловажным выступает использование и технологий блокчейн.

Инновационные банковские продукты позволяют персонифицировать процесс обслуживания, что, в свою очередь, влечет за собой повышение лояльности клиентов. И если ранее подобный подход в большей степени распространялся на состоятельных клиентов, сегодня персонализация становится важнейшим механизмом в отношениях между банковской структурой и всей их совокупностью. Согласно отдельным исследованиям, для 54 % клиентов персонализация является важным фактором привлекательности с позиции выбора облуживания, 68 % — благодаря персонализации расширяют спектр своих взаимоотношений с банком. В то же время 41 % респондентов было отмечено, что причиной смены банка являлась именно недостаточная персонализация [1].

Разработка и последующая реализация банковских продуктов, основанных на инновациях, непосредственно связаны с новыми идеями. Решающим фактором для появления актуальных идей, в ядре которых содержится коммерческий потенциал, выступает непрерывное отслеживание рыночных трендов с одной стороны, и понимание, и предвосхищение потребностей клиен-

тов, с другой. Немаловажным фактором поддержания конкурентоспособности банка выступает и скорость вывода на рынок новых продуктов, поскольку от этого зависит и скорость получения конкурентных преимуществ.

Б. Процессные инновации.

Процессные банковские инновации представляют собой изменение процедуры разработки и «производства» банковского продукта/услуги. Таким образом, к процессным инновациям можно отнести изменение методики рассмотрения кредитной заявки клиента, развитие методологии и построение бизнес-моделей на основе безбумажного документооборота, внедрение аутсорсинговых технологий посредством передачи банковских функций с целью снижения издержек, широкое распространение технологий бесконтактного доступа клиента к банковским продуктам/услугам и т. д. Безусловно, результатом внедрения процессных инноваций может быть и изменение того или иного банковского продукта или услуги.

В качестве примеров процессных инноваций могут быть следующие:

– активное использование методов Big Data. Осуществлена автоматизация систем управления рисками на финансовых рынках, внедрена автоматизированная система мониторинга кредитных заявок; автоматизирована система андеррайтинга, а также внедрена автоматизированная система сбора просроченной задолженности на этапе позднего сбора и мн. др.;

– осуществлен переход на единую электронную систему, описывающую экономику банка (головной офис и филиалы). Унификации подверглись окно меню банкоматов, продуктовая линейка.

Указанные новации процессного характера получили широкое распространение как в деятельности отечественных банков (Сбербанк, группа ВТБ и др.), так и зарубежных субъектов предоставления банковских продуктов и услуг (HSBC (Великобритания), Deutsche Bank (Германия), Société Générale (Франция), Raiffeisen Zentralbank (Австрия), Industrial and Commercial Bank of China (Китай), JPMorgan Chase (США) и т. д.).

В. Инновации в бизнес-моделях.

Банковские инновации в построении бизнес-модели связаны в настоящее время с созданием соответствующей банковской экосистемы, диверсификации партнерских отношений, созданием принципиально новых, не характерных ранее для банка направлений бизнеса. Подобная трансформация бизнес-модели также связана в первую очередь с необходимостью выстраивания таких взаимоотношений с клиентами, которые будут отражать персонифицированность процесса продажи банковских продуктов и предоставления соответствующего спектра услуг. Стратегическими партнерами банка при построении соответствующей экосистемы выступают агрегаторы пользовательской информации, в лице которых представлены не только социальные сети, но и операторы связи. В связи с этим получает распространение так называемая бизнес-модель необанков. При этом в свете появления конкурентов нового формата, перестройки своей бизнес-модели подвержены и традиционные банки, которые даже при начальной ориентации на активное использование новых технологических решений вынуждены более активно реагировать на развитие бизнес-модели необанков.

Рассмотрим организационно-экономические аспекты построения моделей необанков, которые концептуально лежат в основе последующей трансформации и традиционных банков. В настоящее время выделяют пять моделей построения необанков, а именно:

1-я бизнес-модель, при которой банк осуществляет свою деятельность на основе собственной лицензии. Иными словами, первая модель необанков предполагает работу цифрового банка с использованием собственно лицензии.

На основе данной бизнес-модели работают Тинькофф Банк, Модульбанк.

Указанные банки осуществляют комплексное обслуживание своих клиентов не только в части предоставления банковского продукта, но и в части организации технологического процесса. При этом Модульбанк осуществляет фокусировку на предпринимателях;

2-я бизнес-модель, при которой необанк осуществляет свою деятельность на основе собственных ограниченных лицензий. При этом необанк, как правило, фокусируется на платежных операциях. Примером служит сервис ЯндексДеньги, который с одновременной принадлежностью Сбербанку (75 % акций), сохранил блокирующий пакет акций (25 % + 1 акция). Спектр деятельности данного сервиса ограничен и заключается в осуществлении расчетно-кассовых операций, эквайринга, выпуска собственных карт. Вместе с тем к полю деятельности банка не относится выдача кредитов и прием денежных средств на депозиты, что характерно для традиционных банков;

3-я бизнес-модель, при которой необанк использует лицензию головного банка, а необанк является его филиалом. Иными словами, данная модель представляет по своей сути цифровой филиал традиционного банка. За качество и конкурентоспособность банковской услуги отвечает головная компания. Необанк же представляет собой технический способ доведения банковского продукта клиенту. На основе данной модели работает банк Точка (использует лицензию КивиБанка и ФК Открытие), ДелоБанк (лицензия СКБ-банка), РокетБанк (филиал КивиБанка);

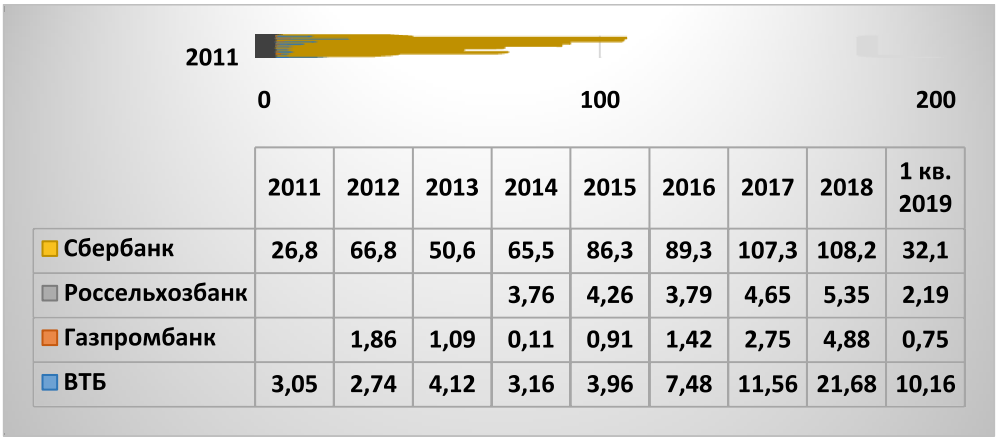
4-я бизнес-модель, при которой используется лицензия банка-основателя, либо банка-партнера. То есть необанк представляет собой цифровой корпоративный стартап и является продуктом той или иной компании. Примечательно, что в этом случае компания, которая реализует подобный корпоративный стартап, не обязательно является банковской структурой. Использование подобной бизнес-модели возможно в двух вариантах:

1) корпоративный стартап реализуется на основе собственной лицензии, если инициатором выступает банк. Например, Просто Банк, использующий лицензию банка «Куб» из группы Газпромбанка;

2) корпоративный стартап реализуется на основе лицензии банка-партнера, если инициатором выступает организация, не относящаяся к банковской структуре. Например, Мегафон Банк, использующий лицензию банка-партнера Раунд;

5-я бизнес-модель, при которой необанк представляет собой самостоятельный стартап, но работа осуществляется на лицензии банка-партнера. Необанки, относящиеся к данной бизнес-модели, функционируют как самостоятельные юридические лица и представляют собой независимые стартапы. Примером является резидент Сколково, использующий лицензию банка-партнера ТКБ Банк — TalkBank. Свою деятельность он осуществляет в мессенджерах.

Говоря о трансформации бизнес-модели традиционных банков, необходимо акцентировать внимание на двух составляющих. Во-первых, это существенные их вклады в развитие информационных технологий и платформ (рис. 2). Во-вторых, вследствие этого построение бизнес-модели традиционных банков в форме концептуально новой экомодели, в основе которой лежит возможность предоставления клиентам практически любой услуги, в том числе нефинансового характера. Подобное стало возможным в свете эвентуальности технологического объединения платформ и сервисов различного профиля. Экосистемность банковской структуры позволяет обеспечивать лояльность имеющихся клиентов и в перспективе привлекать новых, что обеспечивает дополнительную финансовую выгоду.



	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	1 кв. 2019
Сбербанк	26,8	66,8	50,6	65,5	86,3	89,3	107,3	108,2	32,1
Россельхозбанк				3,76	4,26	3,79	4,65	5,35	2,19
Газпромбанк		1,86	1,09	0,11	0,91	1,42	2,75	4,88	0,75
ВТБ	3,05	2,74	4,12	3,16	3,96	7,48	11,56	21,68	10,16

Рисунок 2 — **Динамика затрат традиционных банков на развитие ИТ, млрд руб.** [5]

Крупнейшими банковскими экосистемами в России в настоящее время являются экосистема Сбербанка и экосистема Тинькофф Банка. Стратегической целью развития банковской эко системности выступает переход к омниканальности. Иными словами, в рамках одной платформы планируется объединение всей информации о клиентах и предложение совокупности разнообразных услуг и сервисов, которые позволят сопровождать его на различных этапах жизненного цикла. В частности, в настоящее Сбербанк включает в свою экосистему более 20 различных компаний. Ярким примером развития экосистемы Сбербанка выступает запуск облачной платформы SberCloud, а также включение в ее состав сервиса по поиску работы Rabota.ru, мессенджера «Диалог» и т. д. Зарубежные банки в данном контексте также зачастую являются приверженцами диверсификации собственной деятельности и, помимо предложения собственно услуг финансового характера, опосредовано участвуют в реализации товаров и услуг напрямую с последними не связанными. Так, на конец 2018 г. Bank of America Corporation принадлежало акций других компаний на 460,14 млрд долл. По отраслям эти инвестиции распределялись так, как показано на рисунке 3, из которого видно, что наибольший интерес у данного банка вызывают компании технологического профиля, в равной степени производители цикличных потребительских товаров и здравоохранение.

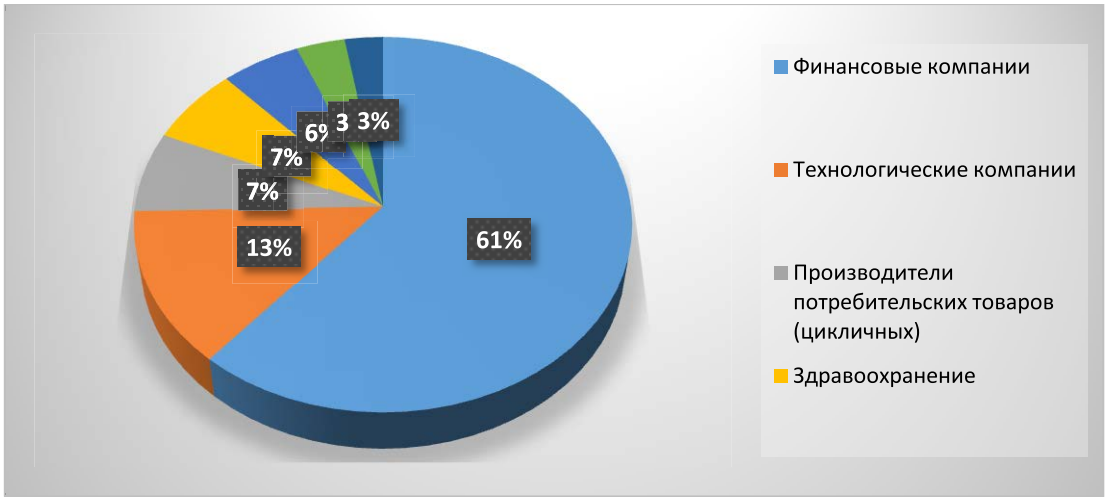


Рисунок 3 — **Распределение инвестиционной активности Bank of America Corporation** [6]

Обсуждение

Полученные результаты изучения инновационных процессов показывают их изменчивость под влиянием различных факторов, и прежде всего достижений в IT-сфере. Отсутствует единый подход к развитию банковских инноваций и нет единого представления о перспективной модели банка наиболее восприимчивой к инновациям. Продолжающаяся ковидная пандемия поставила задачу обеспечения удаленного доступа сотрудников банков к своим рабочим местам с использованием виртуального сервера и облачных приложений. Эта задача решается привлекаемыми банками специализированными IT-компаниями. В процессе работ по обеспечению эффективного и безопасного доступа возникает необходимость совершенствования и создания принципиально новых беспроводных каналов связи, дистанционной надежной идентификации. Аутентификация и авторизация, проводимые удаленно, ставят вопрос о новом уровне защиты персональных данных. Выход на принципиально новый уровень мобильных платежных приложений значительно увеличил количество онлайн-платежей, а это вызвало необходимость разработки и внедрения программ, работающих с big-data. Во взаимодействии банка с клиентом формируется своеобразная коммуникационная среда с различными каналами доступа, отражающими эволюционную составляющую этого процесса. Создаются и внедряются ведущими банками платформы продаж со всевозможными системами идентификации и анализа взаимодействия с клиентами. Повсеместно осуществляется переход на электронный документооборот. Фактически в той или иной форме происходит повсеместный переход всех контактов клиентов с банком в виртуальную среду.

Процессы цифровой трансформации банковских продуктов, процессов, самих бизнес-моделей банков происходят так стремительно, что их теоретическое обобщение отстает от происходящих изменений.

Выводы

В настоящее время существует совокупность драйверов, обеспечивающих рост банковских инновационных технологий в мире, к которым можно отнести следующие:

– развитие цифровой финансовой инфраструктуры, способной достаточно быстро адаптироваться к необходимости реализации проектов инновационного типа;

– большая лояльность клиентов к продуктам инновационного типа;

– высокий инвестиционный интерес к продуктам инновационного типа, что особенно характерно для прозрачных финансовых рынков;

– возможность привлечения высококвалифицированных кадров, имеющих компетенции креативности, готовых к генерации идей инновационного типа;

– эффективность государственного регулирования цифровой экономики.

Вместе с тем непосредственно для национальных игроков имеется ряд барьеров, препятствующих развитию инновационных банковских технологий и росту инвестиций в данный сектор. К ним можно отнести:

– недостаточную или неравномерно развитую финансово-цифровую инфраструктуру;

– отставание подготовки кадров, способных выполнять соответствующие компетенции в области финансово-цифровых технологий;

– недостаточный уровень технической и финансовой грамотности, склонность к консервативным форматам обслуживания конечных пользователей;

– развитие киберпреступности;

– непрозрачность финансовых операций, что влечет за собой рост рисков для организации инвестиционных процессов;

– низкую оперативность процессов совершенствования нормативно-

правового регулирования финансовых рынков вследствие распространения инновационных банковских технологий.

Несмотря на указанные барьеры, международный и национальный рынки находятся под влиянием банковских инноваций. Конкурентоспособность на них отдельного субъекта сопряжена с его инвестиционными и технологическими возможностями для внедрения банковских инноваций, способных поддерживать лояльность собственных клиентов, позволяющих оптимально выстраивать управленческие бизнес-процессы, что в конечном итоге повышает эффективность работы всей банковской структуры.

Библиографический список

1. *Розенталь, Ю. Ю.* направления воздействия инструментов денежно-кредитной политики на риски, ликвидность, достаточность капитала коммерческих банков // Математическое и компьютерное моделирование в экономике, страховании и управлении рисками. — 2019. — № 4. — С. 179–181.

2. *Ефременко, И. Н., Палант, А. Я.* Криптовалюта: новый этап эволюционного развития мировой валютной системы // Экономика и управление: теория и практика. — 2019. — № 1. — Т. 5. — С. 24–28.

3. Раздел «Финансовые результаты» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://lukoil.ru.

4. https://www.bbva.es.

5. *Труфанова, Ю. В.* Проблемы и перспективы развития банковской конкуренции на рынке услуг для юридических лиц // Аллея науки. — 2019. — № 12 (39). — Т. 3. — С. 28–32.

6. *Камалеев, Р.* Международная диверсификация деятельности банков [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://bankir.ru.

Bibliographic list

1. *Rosenthal, Yu. Yu.* Directions of impact of monetary policy instruments on risks, liquidity, capital adequacy of commercial banks // Mathematical and computer modeling in economics, insurance and risk management. — 2019. — № 4. — P. 179–181.

2. *Efremenko, I. N., Palant, A. Ya.* Cryptocurrency: a new stage in evolutionary development of the world monetary system // Economics and Management: theory and practice. — 2019. — № 1. — Vol. 5. — P. 24–28.

3. Section «Financial results» [Electronic resource]. — Mode of access: https://lukoil.ru.

4. https://www.bbva.es

5. *Trufanova, Yu. V.* Problems and prospects of development of banking competition in market of services for legal entities // Alley of Science. — 2019. — № 12 (39). — Vol. 3. — P. 28–32.

6. *Kamaleev, R.* International diversification of banks' activities [Electronic resource]. — Mode of access: https://bankir.ru.

НАШИ АВТОРЫ

Контактная информация авторов журнала
«Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)»

№ 4 (76), ДЕКАБРЬ, 2021

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

Авакян С. А. — соискатель кафедры маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Ангелина И. А. — д. э. н., профессор, зав. кафедрой туризма Факультета ресторанно-гостиничного бизнеса ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР.

E-mail: irinaangelina5566@gmail.com.

Ахмедова Г. Т. — аспирант кафедры коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: gulesar@mail.ru.

Баланова М. М. — аспирант кафедры мировой экономики и международных отношений ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: milena_27@list.ru.

Богданова Р. М. — к. э. н., доцент кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: raisa.m1975@mail.ru.

Бодягин О. В. — к. э. н., доцент кафедры мировой экономики и международных отношений ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: oleg.bodyagin@gmail.com.

Евтодиева Т. Е. — д. э. н., профессор кафедры коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: evtodieva.t@yandex.ru.

Журбина В. В. — к. э. н., доцент кафедры коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: vvv-job@bk.ru.

Гузей В. А. — к. э. н., доцент кафедры анализа хозяйственной деятельности и прогнозирования ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: 79185140585@yandex.ru.

Иванченко О. В. — к. э. н., доцент кафедры маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: iovkmr@mail.ru.

Климук В. В. — к. э. н., доцент, Барановичский государственный университет, Республика Беларусь.

E-mail: klimuk-vv@yandex.ru.

Миронова О. А. — к. э. н., доцент кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: lady.sensey2010@yandex.ru.

Перепелица А. О. — аспирант кафедры маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Ткачук П. Ю. — к. э. н., доцент кафедры товароведения и экспертизы товаров Экономического факультета ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», г. Луганск, ЛНР.

E-mail: petertkachuk@mail.ru.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Агошкова А. В. — к. э. н., ст. преподаватель департамента английского языка и профессиональной коммуникации ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ».

Альбеков А. У. — д. э. н., профессор, заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры коммерции и логистики, президент ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: president@rsue.ru.

Афанасьева М. Ф. — ст. преподаватель кафедры товароведения и управления качеством ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Баранов В. И. — д. с.-х. н., профессор кафедры инновационного менеджмента и предпринимательства ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Гузенко Н. В. — к. э. н., доцент кафедры коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: musamav@mail.ru.

Денисов О. Е. — аспирант кафедры маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Епифанова Т. В. — д. э. н., к. ю. н., профессор кафедры гражданского права ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Комиссарова М. А. — д. э. н., доцент, зав. кафедрой «Производственный и инновационный менеджмент», Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М. И. Платова.

Куликов М. М. — к. э. н., доцент кафедры «Производственный и инновационный менеджмент», Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М. И. Платова.

Куринова Я. И. — доцент кафедры инновационного менеджмента и предпринимательства ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», директор АНО МФК «Ростовское региональное агентство поддержки предпринимательства».

E-mail: kurinova@rrpp.ru.

Ларионова И. А. — магистрант Южно-Российского государственного политехнического университета (НПИ) имени М. И. Платова.

Пархоменко Т. В. — д. э. н., профессор кафедры коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: inrost@list.ru.

Писарева Е. В. — д. э. н., профессор кафедры маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Пржедецкая Н. В. — д. э. н., профессор кафедры экономической теории ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: nvpr@bk.ru.

Рудницкая И. В. — магистрант кафедры истории Таганрогского института имени А. П. Чехова (филиала) ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: kolpachok155@rambler.ru.

Халын В. Г. — д. э. н., доцент кафедры коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: v.khalyn@mail.ru.

Ярошенко С. Г. — кафедра экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

Боговский Д. О. — 2-й курс бакалавриата, Учетно-экономический факультет ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: danbogovskiy@mail.ru.

Булгаков С. А. — ассистент кафедры аудита, соискатель кафедры бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: bulgakowser@yandex.ru.

Бухов Н. В. — зам. директора института развития технологий цифровой экономики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Вовченко Н. Г. — д. э. н., профессор, проректор по научной работе и инновациям ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Исраилова Э. А. — д. э. н., доцент, зав. кафедрой мировой политики и глобализации ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Кузменькова Е. Ф. — к. э. н., доцент кафедры бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: efkuzmenkova@gmail.com.

Кузубова О. И. — аспирант 3-го курса ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: olesyakuzubova.1802@yandex.ru.

Коликова М. Е. — к. э. н., ст. преподаватель кафедры банковского дела ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: ty-ty76@mail.ru.

Лебедева М. Е. — д. э. н., профессор, зав. аспирантурой МБИ, профессор кафедры экономики РАНХИГС, Международный банковский институт.

E-mail: lemar3@yandex.ru.

Пивоварова Г. Б. — к. э. н., доцент кафедры коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: gbp@list.ru.

Рубинская Э. Д. — к. э. н., доцент кафедры мировой политики и глобализации ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: Eteri-rubinskaya@mail.ru.

Третьяченко Т. В. — к. э. н., доцент кафедры коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: tat050161@yandex.ru.

Тростьянский С. С. — заместитель директора Центра компетенций НТИ по направлению «Технологии хранения и анализа больших данных» на базе МГУ имени М. В. Ломоносова.

E-mail: strostiansky@ya.ru.

Шапиро И. Е. — к. э. н., доцент кафедры банковского дела ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: 19iesha77@gmail.com.

Щемелев С. Н. — д. э. н., профессор кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫХ В ЖУРНАЛ «ВЕСТНИК РГЭУ (РИНХ)»

Согласно решению ПРЕЗИДИУМА ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ (ВАК) Минобрнауки РФ № 8/13 от 02.03.2012 «О перечне рецензируемых научных журналов и изданий для опубликования основных научных результатов диссертаций», в журнал принимаются статьи и материалы, соответствующие следующим требованиям.

1. Статьи должны содержать обоснование актуальности, четкую постановку целей и задач исследования, научную аргументацию, обобщение и выводы, представляющие интерес своей новизной, научной и практической значимостью; должны быть рекомендованы кафедрой (отделом) по месту учебы (работы) автора. Все статьи, представленные к печати в журнале «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)», в обязательном порядке проверяются по критериям корректности предоставления научной информации, учитывая правила ее заимствования, рецензируются редакционной коллегией журнала и возвращаются авторам для ознакомления. Статьи предоставляются в формате «*.doc» или «*.docx».

2. Рекомендуется указывать место работы всех авторов и контактную информацию для переписки в Интернете.

3. Требования к оформлению научной статьи:

а) текст статьи должен быть набран шрифтом Times New Roman, кегль — 14, полуторный интервал, отступ первой строки — 0,75. Формат листа А4 (210 × 297 мм). На странице рукописи должно быть не более 30 строк, в каждой строке не более 65 знаков, включая пробелы между словами. Поля рукописи: верхнее, правое, левое — 25 мм и нижнее — 30 мм. Нумерация страниц в правом верхнем углу листа;

б) рисунки должны быть качественными, четкими, все надписи должны хорошо просматриваться (шрифт исключительно Times New Roman), необходимо указать источник или авторство каждого рисунка с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

в) таблицы набираются 12 кеглем через один интервал без выделения колонок (без заливки), необходимо указать источник или авторство каждой таблицы с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

г) редактор формул — MS Word, шрифт — Times New Roman, переменные — курсивом, греческие — прямо, русские — прямо;

д) заглавие статьи печатается строчными буквами. Инициалы и фамилия автора(ов) пишутся над заглавием статьи (для рецензии и информационных материалов в конце статьи). Заглавие отбивается двумя интервалами сверху и снизу (от текста);

е) в тексте статьи следует использовать минимальное количество таблиц и иллюстративного материала. Круглые скобки употребляются только в тексте;

д) ссылки на литературу оформляются в квадратных скобках, нумерация ссылок сквозная на протяжении статьи, подстрочные примечания помещаются в конце статьи (библиографический список) с точным указанием выходных данных;

е) иностранная литература оформляется по тем же правилам;

ж) статья обязательно должна содержать краткую аннотацию и ключевые слова, библиографический список. Указанные данные, Ф.И.О. авторов и название статьи приводятся на русском и английском языке;

з) общий объем статьи не должен превышать 12 листов в соответствии с указанными требованиями к оформлению.

4. К статье на бумажном носителе прилагается электронная версия, отдельным файлом сведения об авторе (имя, отчество, фамилия, место работы, учебы, должность, контактный телефон, e-mail, домашний адрес). Необходимо направить данные файлы также на электронный адрес — vestnik.rsue@mail.ru.

5. В соответствии с требованиями по включению номеров научного периодического издания «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» или его переводной версии на иностранном языке в системы цитирования Web of Science, Scopus, Web of Knowledge, текст статьи должен быть представлен в двух вариантах: на русском и английском языке.

Рукописи, оформленные без соблюдения приведенных выше правил, не рассматриваются. Редакционная коллегия оставляет за собой право при необходимости сокращать статьи, подвергать их редакционной правке и отсылать авторам на доработку. Датой поступления статьи, отправленной на доработку (если она была у автора), считается день ее возвращения в редакцию.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

ВЕСТНИК РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

16+

№ 4 (76), ДЕКАБРЬ, 2021

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. № 165/3901. Подписано в печать 30.12.2021. Дата выхода в свет 21.03.2022.
Объем 14,0 уч.-изд. л., 25,5 усл. печ. л.
Бумага офсетная. Печать цифровая. Формат 60×84/8. Гарнитура Times New Roman.
Заказ № 254. 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+

№ 4 (76), DECEMBER, 2021

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. № 165/3901. Signed in print 30.12.2021. Date of print 21.03.2022.
Volume of accounting and publishing sheets 14,0, conditionally printed sheets 25,5.
Offset paper. Digital printing. Format 60×84/8. Font Times New Roman.
Order № 254. 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