

ВЕСТНИК

РОССИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА

имени Г. В. Плеханова

ISSN 2413-2829 (Print)

ISSN 2587-9251 (Online)

2022
Том 19
№ 1
(121)

VESTNIK

OF THE PLEKHANOV
RUSSIAN UNIVERSITY
OF ECONOMICS

ISSN 2413-2829 (Print)

ISSN 2587-9251 (Online)

Научный журнал

Учредитель

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова»
(ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»)

Основан в 2003 г.

Издание перерегистрировано
в Федеральной службе по надзору в сфере
связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций:
ПИ № ФС77-64709 от 22 января 2016 г.

Журнал включен в Перечень российских
рецензируемых научных журналов, в которых
должны быть опубликованы основные
научные результаты диссертаций
на соискание ученых степеней доктора
и кандидата наук

Журнал включен в систему
Российского индекса научного цитирования

Подписка по каталогу Агентства «Урал-Пресс».
Подписной индекс 84670

При перепечатке материалов ссылка на
журнал «Вестник Российского экономического уни-
верситета имени Г. В. Плеханова» обязательна.
Рукописи, не принятые к публикации, не возвра-
щаются.
Мнение редакции и членов редколлегии
может не совпадать с точкой зрения авторов публи-
каций.

© ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2022

Scientific Journal

Founder

Plekhanov Russian University of Economics
(PRUE)

Founded in 2003

The edition is reregistered
in the Federal Service for communication,
informational technologies and media control:
PI N FS77-64709 dated 22 January 2016

The journal was included in the List of leading
scientific journals and publications
of the Higher Attestation Board, publication
in which is mandatory for defending
PhD and Doctorate dissertations

The journal is included in the Russian index
of scientific citing

Subscription by 'Ural-Press' catalogue.
Index 84670

In case materials from 'Vestnik of the Plekhanov
Russian University of Economics' are reproduced,
the reference to the source is mandatory. Materials not
accepted for publication are not returned.
Opinions of editorial council and editorial board
may not coincide with those of the authors of
publications.

© Plekhanov Russian University of Economics, 2022

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Лобанов И. В., канд. юрид. наук, доцент, ректор
Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Рюдигер Ульрих, д-р наук, профессор, ректор Рейнско-Вестфальского технического университета, Ахен, Германия
Шромник Анджей, доктор наук, профессор, заведующий кафедрой торговли и рыночных учреждений Краковского экономического университета, Польша
Асалиев А. М., д-р экон. наук, профессор, директор Центра социально-экономических проектов Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия
Бахтизин А. Р., чл.-корр. РАН, профессор РАН, доцент, д-р экон. наук, директор ЦЭМИ РАН, Москва, Россия
Брагина З. В., д-р техн. наук, профессор, профессор кафедры экономики и экономической безопасности Костромского государственного университета, Кострома, Россия
Гагарина Г. Ю., д-р экон. наук, доцент, заведующая кафедрой национальной и региональной экономики Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия
Галанов В. А., д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры «Финансовые рынки» Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия
Деметьев В. Е., чл.-корр. РАН, д-р экон. наук, профессор, главный научный сотрудник ЦЭМИ РАН, Москва, Россия
Екимова К. В., д-р экон. наук, профессор, проректор Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия
Зарова Е. В., д-р экон. наук, профессор, начальник отдела обработки и анализа статистической информации Департамента экономической политики и развития города Москвы; руководитель Центрально-Евразийского представительства Международного статистического института, Москва, Россия
Караваяева И. В., д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории Института экономики РАН, Москва, Россия
Кореньков В. В., д-р техн. наук, профессор, директор лаборатории информационных технологий Объединенного института ядерных исследований, Москва, Россия
Косоруков О. А., д-р техн. наук, профессор, профессор факультета Высшей школы управления и инноваций Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия
Ленчук Е. Б., д-р экон. наук, директор Института экономики РАН, Москва, Россия
Масленников В. В., д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры теории менеджмента и бизнес-технологий Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия
Орлова Л. Н., д-р экон. наук, доцент, профессор Департамента экономической безопасности и управления рисками Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия
Скоробогатых И. И., д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия
Тихомиров Н. П., д-р экон. наук, профессор кафедры математических методов в экономике Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия
Устюжанина Е. В., д-р экон. наук, профессор кафедры экономической теории Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия
Фитунги Л. Л., чл.-корр. РАН, д-р экон. наук, профессор, заместитель директора Института Африки РАН, Москва, Россия
Шутилин В. Ю., д-р экон. наук, доцент, ректор Белорусского государственного экономического университета, Минск, Беларусь

CHIEF EDITOR

Ivan V. Lobanov, PhD, Assistant Professor,
Rector of the Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

EDITORIAL BOARD

Ulrich Ruediger, Dr. Sc., Professor, Rector, Rhenish-Westphalian Technical University, Aachen, Germany
Andrzej Szromnik, Doctor of Science, Professor, the Head of the Department for Trade and Market Institutions of the Krakow University of Economics, Poland
Asali M. Asaliev, Doctor of Economics, Professor, Director of the Center for Socio-Economic Projects of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia
Albert R. Bakhtizin, Corresponding member of RAS, Professor of RAS, Assistant Professor, Doctor of Economics, Director of CEMI RAS, Moscow, Russia
Zinaida V. Bragina, Doctor of Tech. Sciences, Professor, Professor of the Department for Economics and Economic Security of Kostroma State University, Kostroma, Russia
Galina Yu. Gagarina, Doctor of Economics, Assistant Professor, the Head of the Department for National and Regional Economy of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia
Vladimir A. Galanov, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department for Financial Markets of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia
Victor E. Dementiev, Corresponding member of RAS, Doctor of Economics, Professor, chief researcher CEMI RAS, Moscow, Russia
Kseniya V. Ekimova, Doctor of Economics, Professor, Vice-rector of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia
Elena V. Zarova, Doctor of Economics, Professor, the Head of the Section of Processing and Analyzing Statistic Information of the Department for Economic Policy and Development of Moscow; the Head of the Central-Eurasian Representation Office of the International Statistics Institution, Moscow, Russia
Irina V. Karavaeva, Doctor of Economics, Professor, the Head of the Department for Economic Theory of the Institute of Economics of RAS, Moscow, Russia
Vladimir V. Korenkov, Doctor of Tech. Sciences, Professor, Director of the Informational Technologies Laboratory of the Joint Institute of Nuclear Research, Moscow, Russia
Oleg A. Kosorukov, Doctor of Tech. Sciences, Professor, Professor of the Graduate School of Management and Innovation Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
Elena B. Lenchuk, Doctor of Economics, Director of the Institute of Economics of RAS, Moscow, Russia
Valeriy V. Maslennikov, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department for Management Theory and Business Technologies of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia
Liubov N. Orlova, Doctor of Economics, PhD, Professor of the Department for Economic Security and Risk Analysis of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia
Irina I. Skorobogatikh, Doctor of Economics, Professor, the Head of the Department for Marketing of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia
Nikolay P. Tikhomirov, Doctor of Economics, Professor of the Department for Mathematical Methods in Economics of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia
Elena V. Ustyuzhanina, Doctor of Economics, Professor, the Head of the Department for Economic Theory of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia
Leonid L. Fituni, Corresponding member of RAS, Doctor of Economics, Professor, Deputy Director of the Institute of Africa of RAS, Moscow, Russia
Vyacheslav Yu. Shutilin, Doctor of Economics, Assistant Professor, Rector of the Belarus State Economic University, Minsk, Belarus

Содержание

Экономика

<i>Корнеев К. А.</i> Оценка институциональной готовности стран Восточной Азии к практическому внедрению технологий водородной энергетики	5
<i>Брылкина А. В.</i> Регулирование развития низкоуглеродной экономики в строительстве и в жилищно-коммунальном хозяйстве	16
<i>Волков А. А.</i> Современное состояние рынка жилой недвижимости в России	29
<i>Зацарная Н. А.</i> Микрокосм экологического налогообложения России	42

Региональная экономика

<i>Шевчук И. А., Бежан М. В., Грищенко О. А., Ракитина И. С.</i> Современные аспекты инфляционной динамики в городе Севастополе	55
<i>Герелишина А. К.</i> Методология формирования инновационного рейтинга регионов России	62

Экономика труда

<i>Бажан Т. А.</i> Социокультурная адаптация и интеграция мигрантов как инструмент государственной миграционной политики советского периода	72
<i>Комарова В. С., Кукушкин С. Н.</i> Мотивация персонала: опыт российских компаний	84

Экономика предпринимательства

<i>Елина О. А.</i> Цифровые технологии моделирования бизнеса для стартапа	94
<i>Калинина И. А.</i> Анализ влияния пандемии COVID-19 на устойчивое развитие российских субъектов малого и среднего предпринимательства	103
<i>Мрочковский Н. С.</i> Условия устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях пандемии коронавирусной инфекции COVID-19	109

Теория и практика управления

<i>Катабай П. Х., Ресин В. И., Скрипникова М. И., Смирнов Ю. И.</i> Очерки истории профсоюзной организации первого экономического (коммерческого) вуза России	114
<i>Мануйленко В. В., Галазова М. В.</i> Дискуссионные положения по характеристике и оценке производительности нематериальных активов организации	123
<i>Ибяттов Ф. М.</i> Управление развитием автотранспортной инфраструктуры с использованием инструментов государственно-частного партнерства	131
<i>Каленов О. Е.</i> Цифровые экосистемы организаций	139
<i>Лукашева О. Л., Новикова Н. Е., Мельников В. А., Степанов А. А.</i> Построение эффективной системы управления организацией на основе оптимизации обязательств ее контрагентов	148
<i>Швецов С. А., Егорушкина Т. Н., Калинин М. П.</i> Продвижение высокотехнологичной продукции гражданского и двойного назначения оборонно-промышленного комплекса России: проблемы, эффективность и перспективы	159

Маркетинг, логистика, сфера услуг

<i>Рыжакова А. В., Головизнин И. В.</i> Оценка современного состояния сферы товарного обращения	172
<i>Иванов А. А., Кулакова Е. Ю., Магомедова Г. М.</i> Тренды и перспективы создания стартап-единорогов	180
<i>Бирюков А. А.</i> Анализ проблем разработки стратегических решений по диверсификации интегрированных хозяйственных структур	188
<i>Иванова А. Н.</i> Сравнительный анализ реализации вектора инновационного развития гостиничных предприятий в условиях пандемии	195

Управление качеством продукции

<i>Моргунова Е. М., Кондратенко С. А.</i> Инновационный и конкурентный потенциал пищевых продуктов направленной эффективности	203
---	-----

Contents

Economics

- Korneev K. A.* Assessing Institutional Readiness of East-Asian Countries to Pass over to Technologies of Hydrogen Power Engineering 5
- Brylkina A. V.* Regulating the Development of Low-Carbon Economy in Construction and Housing and Municipal Facilities 16
- Volkov A. A.* The Present Day Situation on Residential Real Estate Market in Russia 29
- Zatsarnaya N. A.* Microcosm of Ecologic Taxation in Russia 42

Regional Economy

- Shevchuk I. A., Bezhan M. V., Grishchenko O. A., Rakitina I. S.* Current Aspects of Inflation Dynamics in the City of Sevastopol 55
- Gerelishina A. K.* On the Methodology of Forming an Innovative Rating of Russian Regions 62

Economics of Labour

- Bazhan T. A.* Socio-Cultural Adaptation and Integration of Migrants as Tool of State Migration Policy in Soviet Period 72
- Komarova V. S., Kukushkin S. N.* Personnel Motivation: Experience of Russian Companies 84

Economics of Entrepreneurship

- Elina O. A.* Digital Technologies for Modeling Business for the Start-Up 94
- Kalinina I. A.* Analyzing the Impact of COVID-19 Pandemic on Sustainable Development of Sme Entities 103
- Mrochkovskiy N. S.* Conditions of Sustainable Development for Sme Entities in the Course of COVID-19 Pandemic 109

Theory and Practice of Management

- Katabay P. Kh., Resin V. I., Skripnikova M. I., Smirnov Yu. I.* Essays of Trade Union History of the First Economic (Commercial) Education Institution in Russia 114
- Manuylenko V. V., Galasova M. V.* Debatable Provisions Concerning Characteristic and Estimation of Capacity of Organization Intangible Assets 123
- Ibyatov F. M.* Managing the Development of Motor Transport Infrastructure with the Help of State-Private Partnership Tools 131
- Kalenov O. E.* Digital Ecosystems of Organizations 139
- Lukasheva O. L., Novikova N. E., Melnikov V. A., Stepanov A. A.* Developing the Efficient System of Organization Governance Based on Optimization of Its Counterpart Liabilities 148
- Shvetsov S. A., Yegorushkina T. N., Kalinichenko M. P.* Promotion of Highly-Technological Products of Civil and Double Purpose of the Defense and Industrial Complex of Russia: Challenges, Efficiency and Prospects 159

Marketing, Logistics, Service Sector

- Ryzhakova A. V., Goloviznin I. V.* Assessing the Current Standing of Commodity Circulation Sphere 172
- Ivanov A. A., Kulakova E. Yu., Magomedova G. M.* Trends and Prospects of Founding Start-Up-Unicorns 180
- Biryukov A. A.* Analyzing Problems of Making Strategic Decisions for Diversification of Intergrated Economic Structures 188
- Ivanova A. N.* Comparative Analysis of Implementing Innovation Development Vector by Hotel Enterprises in Pandemic 195

Quality Management

- Marhunova A. M., Kondratenko S. A.* Innovative and Competitive Potential of Targeted Effectiveness Foods 203

ВЕСТНИК
РОССИЙСКОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА
ИМЕНИ Г. В. ПЛЕХАНОВА
Том 19, № 1 (121) 2022

Ответственный секретарь
Н. В. Прядко

Редактор Н. В. Прядко
Переводчик Н. Г. Пучкова
Оформление обложки
Ю. С. Жигалова

Адрес редакции:
117997, Москва,

Стремянный пер., 36.
Тел.: 8 (495) 800-12-00, доб. 19-35
E-mail: izdatelstvo@rea.ru

Подписано в печать 09.02.22.
Формат 60 x 84 1/8.
Печ. л. 27,5.
Усл. печ. л. 25,58.
Уч.-изд. л. 20,48.
Тираж 1000 экз.
Заказ
Цена свободная.

Отпечатано в ФГБОУ ВО
«РЭУ им. Г. В. Плеханова».
117997, Москва,
Стремянный пер., 36.

VESTNIK
OF THE PLEKHANOV
RUSSIAN UNIVERSITY
OF ECONOMICS
Vol. 19, N 1 (121) 2022

Executive secretary
N. V. Pryadko

Editor N. V. Pryadko
Translator N. G. Puchkova
Cover design Yu. S. Zhigalova

Editorial office address:
36 Stremyanny Lane,
117997, Moscow.
Тел.: 8 (495) 800-12-00, доб. 19-35
E-mail: izdatelstvo@rea.ru

Signed for print: 09.02.22.
Format 60 x 84 1/8.
Printed sheets 27,5.
Conv. sheets 25,58.
Publ. sheets 20,48.
Circulation 1,000.
Order
Free price.

Printed in Plekhanov
Russian University
of Economics.
36 Stremyanny Lane,
117997, Moscow.



ОЦЕНКА ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ГОТОВНОСТИ СТРАН ВОСТОЧНОЙ АЗИИ К ПРАКТИЧЕСКОМУ ВНЕДРЕНИЮ ТЕХНОЛОГИЙ ВОДОРОДНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ¹

К. А. Корнеев

Институт Дальнего Востока Российской академии наук,
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Государства Восточной Азии (Китай, Япония, Республика Корея) испытывают серьезную зависимость от импорта первичных энергоресурсов. Не удивительно, что они стремятся к расширению возможностей возобновляемой энергетики как отрасли, способной существенно уменьшить объемы поставок нефти, природного газа и угля из-за рубежа и добиться большей энергетической независимости. Авария на АЭС «Фукусима-1» привела к переоценке роли и места АЭС в структуре генерации далеко не только в Японии и стала еще одним основанием для ускоренного внедрения технологий возобновляемой энергетики. В дополнение к традиционным солнечным и ветряным электростанциям появляются и принципиально новые решения, одним из которых становится использование водорода для энергетических нужд. Подобные технологии появились еще в 1960–1970-е гг., но только в 2000-е и позже удалось добиться должного уровня безопасности и (частично) коммерческой эффективности применения водорода как энергоисточника в промышленности, коммунально-бытовом секторе и на транспорте. В статье проведена оценка готовности формальных институтов в рассматриваемых странах к системному внедрению водородных энергетических установок, а также рассмотрены существующие инвестиционные механизмы поддержки бизнеса в данной сфере. Для этого необходим анализ нормативно-правовой базы регулирования деятельности в области производства и потребления водорода для энергетических нужд в Китае, Японии и Республике Корея, а также краткое сравнение достигнутых на этом пути результатов. Такой анализ позволит определить и потенциальную нишу России как экспортера энергетического водорода. У России есть все необходимые ресурсы для получения зеленого водорода методом электролиза с помощью ГЭС. Это весьма актуальное направление, поэтому экологическая повестка в странах Восточной Азии постоянно и последовательно ужесточается.

Ключевые слова: долгосрочная энергетическая политика, низкоуглеродная экономика, водородная энергетика, институты энергетических рынков, инвестиции, зеленый водород.

ASSESSING INSTITUTIONAL READINESS OF EAST-ASIAN COUNTRIES TO PASS OVER TO TECHNOLOGIES OF HYDROGEN POWER ENGINEERING

Konstantin A. Korneev

Institute of Far Eastern Studies of the Russian Academy of Sciences,
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

Such states of East Asia as China, Japan, the Republic of Korea depend seriously on import of primary power resources. No wonder, they do their best to extend possibilities of renewable power engineering as the industry,

¹ Статья подготовлена по результатам исследования, проведенного в рамках гранта РФФИ № 20-014-00024 «Разработка методического подхода и научного инструментария для оценки влияния водородных технологий на энергетическое сотрудничество в Северо-Восточной Азии».

which could cut volumes of crude oil, natural gas and coal import and provide higher power independence. The accident at the Fukushima-1 nuclear power station resulted in re-estimation of the place and role of nuclear power stations in the power generation structure not only in Japan. It formed another ground for accelerated introduction of renewable power engineering technologies. Apart from traditional solar and wind power stations we can see brand new solutions, among them the use of hydrogen for power needs. These technologies came into being in the 1960s – 1970s but only in the 2000s and later the acceptable level of security was reached as well as, at least partial commercial efficiency of using hydrogen as a power source in industry, municipal sector and transport. The article provides information about the readiness of formal institutions in the mentioned-above countries to pass over to hydrogen power plants, it also studies the present day investment mechanisms of supporting business in this field. To do this we should analyze the legal base of activity regulation in the sphere of production and consumption of hydrogen for power needs in China, Japan and the Republic of Korea and to compare results attained in this direction. This analysis could estimate a potential niche for Russia as an exporter of power hydrogen. Russia possesses all necessary resources for getting green hydrogen with the help of the hydrolysis method at hydroelectric stations. It is an acute trend as the ecologic situation in East-Asian states is continuously deteriorating.

Keywords: long-term power engineering policy, low-carbon economy, hydrogen power engineering, institutions of power markets, investment, green hydrogen.

Введение

В настоящее время водородная энергетика находится в фокусе внимания ведущих мировых держав как важный инструмент для обеспечения перехода к низкоуглеродной экономике в долгосрочной перспективе. Особенно это касается ресурсодефицитных государств Восточной Азии – Японии, Китая и Республики Корея. Недостаток собственных первичных энергоресурсов (особенно в Японии и Республике Корея) обуславливает огромный интерес национальных правительств и бизнес-сообществ этих стран к различным технологиям возобновляемой энергетики, среди которых водород занимает далеко не последнее место. До 2011 г. роль главного источника низкоуглеродной энергии отводилась мирному атому, однако авария на АЭС «Фукусима-1» привела к серьезному пересмотру этих планов. Япония в 2011–2012 гг. прекратила эксплуатацию всех АЭС (с 2015 г. вновь запущены только 9 реакторов из 54), а правительство Республики Корея приостановило программу развития атомной энергетики. Из рассматриваемых трех стран только Китай продолжает активное строительство АЭС (в том числе и в кооперации с «Росатомом»), но и там о сохранении за атомной генерацией статуса главной надежды для достижения энергетической независимости речи не идет.

Несмотря на большие успехи стран Восточной Азии по увеличению парка мощностей возобновляемой энергетики и росту их вклада в электрогенерацию, есть существенные препятствия природно-климатического, технологического и социально-экономического характера, пока не позволяющие возобновляемым источникам энергии (ВИЭ) стать базовыми энергоисточниками и полностью заменить топливную генерацию. К тому же в Японии и Республике Корея (в Китае тоже, но в меньшей степени) существуют проблемы с отведением площадей под строительство крупных ветропарков (ВЭС) и солнечных электростанций (СЭС) – в основном по причине недостатка подходящих земель из-за небольшой территории этих государств и высокой плотности населения. В 2019 г. суммарная установленная мощность возобновляемой генерации (СЭС, ВЭС, ГЭС, биотопливо, геотермальные источники) Китая составила почти 800 ГВт, в Японии – около 80 ГВт, в Республике Корея – 15 ГВт [3].

Цифры достаточно весомые, только в отечественных и зарубежных научно-экспертных кругах все активнее распространяется мнение, что технологический потолок коэффициента использования установленной мощности (КИУМ) электростанций на основе ВИЭ в скором времени будет достигнут и без радикального

увеличения емкости накопителей энергии, для ВИЭ сохранится преимущественно экстенсивный путь развития. В зависимости от погодных условий среднегодовой КИУМ для СЭС и ВЭС колеблется в промежутке 10–40%, чего явно недостаточно для того, чтобы рассматривать их в качестве базового источника энергоснабжения промышленности и коммунально-бытового сектора, не говоря уже о социальной сфере [12].

Ситуация с водородом принципиально иная. Электростанции на основе водородных топливных элементов (ВТЭ) могут работать независимо от внешних условий, главное – решить проблемы с транспортировкой и хранением водорода, а также обеспечить его непрерывную подачу из хранилищ или трубопроводов в сжатом состоянии. Основное препятствие здесь – высокая стоимость сооружения необходимой инфраструктуры при чрезвычайно серьезных требованиях к безопасности, обусловленных химическими свойствами водорода (его высокой летучестью и взрывоопасностью), а также достижение коммерческой окупаемости подобных проектов. Очевидно, что сегодня без государственной поддержки в виде прямых инвестиций, субсидий и налоговых льгот конкурировать даже с традиционными ВИЭ водород не может, но Япония, Китай и Республика Корея находятся в мировом авангарде поиска решений этой проблемы.

Переход к низкоуглеродной экономике в странах Восточной Азии: возрастающее значение водорода

Япония и Республика Корея практически полностью зависят от импорта первичных энергоресурсов, в то время как Китай в состоянии полностью обеспечить себя только углем, а нефть и газ ему также приходится импортировать во все возрастающих объемах (сегодня около 70% ископаемого топлива КНР закупает за рубежом, и только 30% покрывает собственная добыча). Не удивительно, что в 2010-х гг. активизировалась дискуссия о перспективах перехода к низкоуглеродной (а в перспек-

тиве – полностью безуглеродной) экономике, в фундаменте которой будет лежать потребление энергии, выработанной при помощи ВИЭ и водорода. В широком смысле речь идет о максимальном снижении углеродного следа не только в промышленности и транспортной системе, но и в сфере услуг, коммерческом (офисные здания) и коммунально-бытовом секторе.

Сегодня вклад Японии в глобальную эмиссию парниковых газов (ПГ) составляет 3%, Республики Корея – 2%, Китая – 28%. То есть суммарно рассматриваемые страны Восточной Азии обеспечивают 33% общемировых выбросов CO₂ и других ПГ, в основном за счет Китая. Но следует учесть тот факт, что доля Японии после отказа от атомной генерации вследствие аварии на АЭС «Фукусима-1» в 2011 г. и последующего за этим значительного прироста импорта нефти и природного газа (в среднем на 15%) выросла на 1,2% по сравнению с 2010 г. [5]. Для государств Восточной Азии единственным способом выполнить взятые на себя обязательства в рамках Парижского соглашения по климату (заключено в 2015 г.) является радикальное увеличение масштабов количественного и качественного использования возможностей ВИЭ, что требует привлечения внушительного объема как государственных, так и частных инвестиций.

Надо сказать, что правительства Японии, Республики Корея и Китая это прекрасно понимают и проводят последовательную политику в данном направлении. Так, Япония только в 2019 г. инвестировала порядка 16 млрд долларов в НИОКР и практические проекты в сфере возобновляемой и водородной энергетики, Китай – 83 млрд долларов, Республика Корея – 1,5 млрд долларов [8]. Объем накопленных с начала 2000-х гг. инвестиций в секторе ВИЭ составляет 200 млрд долларов для Японии, 750 млрд долларов для Китая и 10 млрд долларов для Республики Корея. Китай и Япония входят в тройку мировых лидеров по этому показателю (первое и третье место соответственно) [19]. Очевид-

но, внимание к ВИЭ и энергетическому водороду в восточноазиатском регионе велико, что также находит отражение в государственных программах и планах по долгосрочному развитию отрасли, которые приняты и периодически корректируются во всех трех странах.

В 2017 г. японское Министерство экономики, торговли и промышленности (МЭТП) одобрило первую в мире национальную Стратегию развития водородной энергетики. Согласно положениям этого документа, страна планирует обеспечить собственное производство зеленого (т. е. полученного методом электролиза с использованием мощностей возобновляемой энергетики) водорода на уровне не меньше 500 тыс. тонн ежегодно к 2030–2035 гг. при общей потребности в 5–6 млн тонн. На дорогах Японии сегодня насчитывается порядка 13 тыс. автомобилей на ВТЭ, но через 10–15 лет планируется выпустить около 1 млн таких транспортных средств (включая железнодорожный и морской транспорт). Суммарная установленная мощность водородных электростанций может достигнуть к 2030 г. 8–10 ГВт, а стоимость 1 кг водорода для энергетических нужд приблизится к традиционным видам топлива – бензину, дизелю, природному газу. Все это вкуче должно облегчить переход к низкоуглеродной экономике [2].

В государственной энергетической стратегии КНР – Белой книге «Развитие энергетики Китая в новую эпоху» (редакция 2020 г.) – также есть раздел, посвященный водороду. Предполагается, что к 2030 г. потребность Китая в водороде для энергетических и транспортных нужд составит около 35 млн тонн, мощности водородной энергетики вырастут до 100 ГВт и более, а количество транспорта на ВТЭ достигнет 2 млн единиц [6]. Для сравнения: в 2020 г. на территории всей страны было зарегистрировано около 10 тыс. транспортных средств на ВТЭ, в то время как количество электромобилей превысило отметку в 4,5 млн единиц [9]. С учетом опыта Китая по стремительному развитию возобновля-

емой энергетики есть основания полагать, что обозначенные цели вполне могут быть достигнуты.

В третьем базовом энергетическом плане до 2040 г., который был одобрен правительством Республики Корея летом 2019 г., определенное место отводится водородной энергетике. В целом корейские планы по использованию водорода в энергетике и на транспорте более скромные, чем у соседей, но тоже заслуживают внимания. К 2030 г. Южная Корея планирует производить до 250 тыс. тонн зеленого водорода ежегодно, довести количество транспорта на ВТЭ до 200 тыс. единиц и ввести в эксплуатацию не менее 5 ГВт установленных мощностей водородной энергетики. В отличие от Японии, Республика Корея пока не планирует отказываться от атомных электростанций, поэтому вопрос увеличения доли ВИЭ и водорода в структуре генерации стоит для нее не столь остро [16].

Совокупная стоимость проектов, реализуемых сегодня в области водородной энергетики по всему миру, превысила 90 млрд долларов, из которых не менее 20 млрд долларов приходится на Восточную Азию, преимущественно на Японию и Китай. С большой долей вероятности количество будет постепенно переходить в качество и позволит странам Восточной Азии серьезно продвинуться на пути практического внедрения технологий водородной энергетики и ВТЭ для транспортных средств [19]. Тем не менее достижение таких амбициозных целей невозможно без создания соответствующей институциональной структуры, направленной на содействие и госкомпаниям, и частному бизнесу в деле развития ВИЭ и водородной энергетики.

Нормативно-правовая база в области производства и потребления водорода для энергетических нужд в Японии и Республике Корея

Помимо Стратегии развития водородной энергетики, в Японии принято еще несколько документов, определяющих по-

литику страны в данном направлении. В первую очередь это план 3E+S, одобренный в 2014 г. План подразумевает поэтапный переход к низкоуглеродной экономике за счет новых достижений в сфере энергетической безопасности, экономической эффективности энергопотребления и бережного отношения к окружающей среде путем формирования в Японии «водородной нации», или, другими словами, к повсеместному распространению технологий водородных топливных элементов, вплоть до использования в качестве источников питания для портативных цифровых устройств. Однако план 3E+S имеет рекомендательный характер и скорее отражает намерения правительства, а не уже сформировавшиеся устойчивые тенденции [10].

Следует отметить еще два важных документа, имеющих определенное значение для формирования институтов водородной энергетики в Японии. Это принятые в 2019 г. Дорожная карта по распространению технологий ВТЭ (The Strategic Road Map for Hydrogen and Fuel Cells) и комплексная Стратегия развития технологий ВТЭ (Hydrogen and Fuel Cell Technology Development Strategy). В этих документах приводятся рекомендации по строительству электростанций на основе сборных модулей, состоящих из водородных топливных элементов; обосновываются варианты транспортировки и хранения водорода на территории Японии; рассматриваются технологии электролиза воды с использованием мощностей возобновляемой энергетики и т. д. Несмотря на то, что такие дорожные карты и стратегии не создают официальных институтов (законов или постановлений), они вырабатывают положительное восприятие водорода как перспективного энергоисточника не только у экспертного и бизнес-сообщества, но и у населения страны в широком смысле, создавая базу для последующей институционализации водородной энергетики в виде специального раздела, который может быть включен в новые редакции законов общезнергетического профиля [4].

Специального закона, охватывающего именно сферу водородной энергетики, в Японии пока нет. В числе наиболее близких по смыслу и духу можно считать Акт о безопасности транспортировки и хранения газа под высоким давлением (High Pressure Gas Safety Act), однако данный документ направлен исключительно на техническое регулирование транспортировки взрывоопасных газов, в том числе водорода. Новый пакет налоговых (а также тарифных) преференций на срок от 10 до 20 лет и государственных субсидий на развитие обещает бизнесу в сфере возобновляемой и водородной энергетики национальный закон «О возобновляемой энергетике» (принят в 2012 г.), положения которого должны быть существенно расширены и дополнены в 2022 г. [11].

Ключевым органом в структуре МЭТП, ответственным за формирование «водородной» повестки дня, является Совет по стратегии в области водорода и топливных элементов (Hydrogen and Fuel Cell Strategy Council), имеющий по большей части консультативные функции и занимающийся разработкой соответствующих стратегий и дорожных карт как составляющих частей долгосрочного планирования энергетики. Однако в Японии хорошо развита сеть «мозговых центров» (государственных и негосударственных), которые занимаются исследованиями водородных энергетических технологий. Среди таких центров можно выделить Институт экономики энергетики Японии (IEEJ), Японскую водородную ассоциацию (JH2A), Организацию по развитию новых энергетических и промышленных технологий (NEDO), Ассоциацию по развитию технологической цепочки водородной энергетики (AHEAD), Ассоциацию технологических исследований цепочки поставок энергетического водорода (HySTRA), Ассоциацию энергетических систем на основе водорода (HESS), и это не считая профильных исследовательских центров при университетах. Несомненно, водород находится под пристальным вниманием научных и эксперт-

но-аналитических кругов Японии, а ежегодные бюджетные затраты на НИОКР достигают 500 млн долларов [4].

Если говорить об уже реализованных крупных проектах в области водородной энергетики, то стоит упомянуть завод по производству зеленого водорода FH2R в префектуре Фукусима, строительство которого вел консорциум японских компаний (Toshiba, NEDO, Tohoku Electric Power, Iwatani). С 2020 г. завод находится в тестовой эксплуатации; источник энергии для производства водорода в объеме примерно 900 тонн в год – солнечная электростанция мощностью 10 МВт. В сутки производится количество водорода, достаточное для заправки 560 автомобилей на ВТЭ и выработки электроэнергии для коттеджного поселка примерно из 200 домов либо крупного жилищного комплекса [17].

В Республике Корея также стремятся к формированию соответствующей институциональной инфраструктуры, необходимой для развития водородной энергетики. В дополнение к третьему базовому энергетическому плану в 2019 г. была принята Дорожная карта развития водородной экономики до 2040 г. (Hydrogen Economy Roadmap). Южнокорейское министерство торговли, промышленности и энергетики возлагает на нее большие надежды; предполагается, что инвестиционный портфель проектов по использованию водорода для нужд энергетики и транспорта к 2040 г. составит около 30 млрд долларов. В стране в скором времени должен быть создан Совет по продвижению водородной экономики (Hydrogen Economy Promotion Council), в который войдут представители шести министерств и нескольких крупных компаний [7].

Что касается текущей ситуации, то в основном регулированием зарождающейся водородной энергетики в ручном режиме занимаются Министерство торговли, промышленности и энергетики, Министерство окружающей среды и подконтрольная правительству Корейская корпорация по газовой безопасности (KGS). По большому

счету эта корпорация осуществляет основной контроль над транспортировкой и хранением водорода с помощью нормативных актов и постановлений. В основном водород для энергетических нужд вырабатывается методом каталитического риформинга из природного газа на заводах, принадлежащих государственной Корейской газовой корпорации (KOGAS), но есть и независимые производители (SPG Hydrogen и др.). Тем не менее, несмотря на то, что по масштабам производства зеленого водорода Южная Корея пока существенно уступает Японии, она ощутимо превосходит соседнее государство по суммарной установленной мощности водородных электростанций (375 МВт против ориентировочно 200 МВт в Японии) и вообще является мировым лидером по этому показателю [15].

В 2020 г. правительство анонсировало разработку специального закона, посвященного водородной энергетике и необходимого для формализации шагов по достижению целей, заявленных в Дорожной карте развития водородной экономики. Впрочем, проект данного закона все еще проходит этап доработок и согласований, так что его принятие, скорее всего, состоится в 2022 г. Тем не менее уже несколько лет в дополнение к уже привычным FIT-тарифам действует система специальных сертификатов для возобновляемой энергетики (Renewable Energy Certificates), регулирующих и поддерживающих бизнес в сфере ВИЭ и энергетического водорода. Эти сертификаты выдаются на каждый МВт как документ, подтверждающий факт поставки определенного количества электроэнергии, выработанной на основе ВИЭ или водорода. Наличие сертификата подразумевает налоговые и тарифные преференции, но если поставка электроэнергии будет сорвана, последует штраф. Корейская корпорация по газовой безопасности имеет хорошо продуманный алгоритм оценки готовности водородной энергетической станции к работе – в среднем этап

всех необходимых проверок и выдачи разрешений занимает не более трех месяцев.

Основные НИОКР в этой сфере, а также деятельность по популяризации водородной энергетики проводят Корейское общество по водороду и новым видам энергии (Korean Hydrogen and New Energy Society), Корейская ассоциация промышленного водорода (Korean Hydrogen Industry Association), Альянс по водородной конвергенции (Hydrogen Convergence Alliance), Корейский институт энергетических исследований (Korea Institute of Energy Research), Корейский институт планирования и оценки энергетических технологий (Korea Institute of Energy Technology Evaluation and Planning) [1].

Нормативно-правовая база регулирования деятельности в области производства и потребления водорода для энергетических нужд в Китае

Положения о стратегическом развитии водородной энергетики, представленные в Белой книге «Развитие энергетики Китая в новую эпоху», конкретизируются в Белой книге Китая по водородной энергетике и топливным элементам (White Paper on China's Hydrogen Energy and Fuel Cell Industry). В рамках этого документа поставлена амбициозная цель: увеличить к 2050 г. долю водорода в энергобалансе страны на 20%, что вкуче с другими ВИЭ позволит Китаю на 70% и более обеспечивать экономику чистой электроэнергией и кратно снизить использование угля, а также импорт нефти и природного газа. С 2016 по 2020 г. в Китае действовал 13-й пятилетний рабочий план по энергосбережению и снижению выбросов парниковых газов (13th Five Year Energy Conservation and Emission Reduction Work Plan), а в скором времени примут и его четырнадцатую по счету редакцию. Этот план представляет собой перечень целевых ориентиров по увеличению доли ВИЭ и водорода в энергобалансе страны и определяет зоны ответственности государственных органов и энергетического биз-

неса. В целом структура управления энергетической отраслью в Китае довольно сложна и перенасыщена ведомствами с перекрестными полномочиями. Например, в стране до сих пор нет единого министерства энергетики, и его функции распределены между несколькими центральными ведомствами. В первую очередь – это Государственная комиссия по развитию и реформам – главный орган по планированию развития экономики и энергетики, обладающий большими, однако нечетко прописанными полномочиями, но тем не менее эффективно осуществляющий общие координирующие функции. Более персонафицированно энергетикой занимается его подразделение – Национальная энергетическая администрация (НЭА), уделяющая, кроме этого, пристальное внимание вопросам охраны окружающей среды, разработке и внедрению пятилетних планов развития в области энергетики и промышленной политики, реформированию электроэнергетики и стимулированию применения новых технологий. В недрах этой структуры есть и департамент, ответственный за водород как перспективный энергоисточник [13].

С 2006 г. в Китае действует закон «О возобновляемой энергетике», который неоднократно дополнялся новыми параграфами. Помимо стандартного FIT-тарифа, поощряющего бизнес в сфере ВИЭ, закон также регулирует процедуру подключения генераторов возобновляемой энергии к магистральным и распределительным сетям и обеспечивает дополнительные меры государственной поддержки в виде субсидий. В апреле 2020 г. НЭА представила проект национального закона «Об энергетике Китайской Народной Республики» (Energy Law of the People's Republic of China), который должен объединить разрозненные акты и регламенты в единое правовое поле. Однако на сегодняшний день нет информации о том, когда и в какой редакции этот закон будет принят.

Меры по обеспечению безопасной транспортировки и хранению взрывоопасных горючих газов прописаны в специальных Правилах безопасного обращения с опасными химическими веществами (Regulations on the Safe Management of Hazardous Chemicals in China), однако они в большей степени касаются применения водорода в химической промышленности и лишь косвенно затрагивают вопросы поставок водорода для энергетических нужд через существующую газотранспортную сеть, а также в сжатом либо сжиженном состоянии с использованием автомобильного и/или морского транспорта [20].

Тем не менее в отсутствие национального закона его функции по регулированию политики в области энергетического водорода берут на себя постановления отраслевых министерств и также провинциальных властей. Например, в 2020 г. Министерство коммуникаций КНР представило План развития индустрии транспортных средств на новых энергоносителях (на период с 2021 по 2035 г.), а органы власти провинций по всему Китаю подготовили предложения, направленные на стимулирование НИОКР в сфере водородной энергетики и разработку проектов строительства водородной инфраструктуры.

Сейчас НИОКР в этой области в Китае занимается множество научно-исследовательских институтов, ассоциаций, экспертно-аналитических центров. Наиболее заметные из них – Китайский водородный альянс (China Hydrogen Alliance), Фонд водородной энергии (Hydrogen Energy Fund, созданный совместно с корейской корпорацией Hyundai Motor), Китайский институт энергетических исследований при НЭА (China Energy Research Institute), Группа по исследованию водородной энергетики Китайской нефтяной и химической корпорации (Sinopec Hydrogen Energy Research Group) и др.

Сегодня более 80% производимого в Китае водорода – это серый либо голубой водород. Однако есть и серьезные подвижки в области производства зеленого водо-

рода. Компания Beijing Jingneng в 2020 г. начала строить целый комплекс по выработке экологически чистого водорода на территории китайской провинции Внутренняя Монголия. Энергию для его работы будет давать комбинированная солнечно-ветровая электростанция мощностью 5 МВт, а приблизительная мощность производства водорода составит порядка 400–500 тыс. тонн в год [18]. Есть и другие проекты, однако их реализация пока откладывается в основном по административным причинам: в Китае с его разветвленной бюрократической системой непросто договориться о частно-государственном партнерстве даже в технологически приоритетных отраслях.

Заключение

Ни в одной из трех стран – Китае, Японии и Республике Корея – нет единого национального закона, специально регулирующего сферу водородной энергетики, а в Китае энергетическое законодательство настолько запутанное, что это часто приводит к перебрасыванию ответственности за принятие решений из одного ведомства в другое и значительно усложняет формальные процедуры. Однако необходимость системного регулирования набирающей обороты водородной энергетической отрасли очевидна, поэтому в рассматриваемых государствах Восточной Азии достаточно активно предпринимаются усилия по совершенствованию старых и внедрению новых институтов. С большой долей вероятности к 2022–2023 гг. Китай, Япония и Республика Корея обзаведутся полноценными водородными законами, а дорожные карты и стратегии будут играть вспомогательную, координирующую роль, обозначая ориентиры для бизнеса и примерные объемы инвестиций, которые государства планируют направить для поддержки и развития водородной энергетики.

Если говорить об институциональной готовности Китая, Японии и Республики Корея к внедрению водородных техноло-

гий в электрогенерации и на транспорте, то следует признать такую готовность очень высокой, что подтверждается и практическими результатами. Институциональная база в отношении энергетического водорода в этих странах развита на достаточном уровне даже без наличия профильного законодательства. Очевидно, что Япония несколько опережает соседей, имея более понятную и прозрачную структуру управления энергетической отраслью, куда без особых проблем встраивается и регулирование вопросов использования водорода для энергетических нужд. Также Япония больше всех тратит на НИОКР в этой сфере. Однако и Китай, и Республика Корея добились весьма существенных успехов на ниве водородной энергетики и только наращивают свои усилия, особенно по сравнению с Россией, странами Юго-Восточной и Южной Азии. Отчасти это объясняется тем, что без масштабных инвестиций в сектор ВИЭ невозможно всерьез говорить о переходе к низкоуглеродной экономике, но также и тем,

что вложения в инновационные отрасли укрепляют научно-технический потенциал страны и в итоге стимулируют экономический рост.

Тем не менее необходимо признать, что все проекты по производству именно зеленого водорода пока коммерчески неэффективны, и убытки компенсируются из государственных фондов. Однако правительства стран Восточной Азии исходят из того, что водород – базовый элемент низкоуглеродной экономики будущего, и будут дальше развивать водородную энергетику, помогая ей сначала выйти на самоокупаемость, а потом добиться и финансовой самостоятельности. Россия также проявляет интерес к производству экологически чистого водорода, правда, исключительно в целях экспортных поставок (учитывая потребности соседей, это оправдано). К 2024 г. наша страна планирует поставлять на мировые рынки суммарно 200 тыс. тонн желтого (выработанного с привлечением мощностей АЭС) и зеленого (полученного с помощью ГЭС) водорода.

Список литературы

1. Григорьев Ф. Водородная экономика по-корейски // Атомный эксперт. – 2020. – URL: https://atomicexpert.com/hydrogen_economy_in_korean (дата обращения: 21.06.2021).
2. Корнеев К. А. Политика Японии в области развития водородной энергетики // Японские исследования. – 2020. – № 4. – С. 68–81.
3. Попов С. П., Корнеев К. А., Максакова Д. В. Состояние и предпосылки развития ветроэнергетики стран Восточной Азии // Региональные аспекты ветроэнергетики / под ред. В. А. Стенникова, В. Г. Курбацкого. – Новосибирск : СО РАН, 2020. – С. 35–57.
4. Arias J. Hydrogen and Fuel Cells in Japan. – Tokyo : EU-Japan Centre for Industrial Cooperation, 2019.
5. Each Country's Share of CO2 Emissions. Union of Concerned Scientists. – URL: <https://www.ucsusa.org/resources/each-countrys-share-co2-emissions> (дата обращения: 21.06.2021).
6. Energy in China's New Era. The State Council of PRC Releases. – URL: http://english.www.gov.cn/archive/whitepaper/202012/21/content_WS5fe0572bc6d0f725769423cb.html (дата обращения: 22.06.2021).
7. Hydrogen Economy Plan in Korea. Netherland Enterprise Agency. – URL: <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2019/03/Hydrogen-economy-plan-in-Korea.pdf> (дата обращения: 23.06.2021).
8. Investment in Clean Energy Globally in 2019, by Select Country. – URL: <https://www.statista.com/statistics/799098/global-clean-energy-investment-by-country/> (дата обращения: 23.06.2021).

9. Jin L., He H. Ten Cities, Thousand Fuel Cell Vehicles? China is Sketching a Roadmap for Hydrogen Vehicles // The International Council on Clean Transportation. – 2020. – URL: <https://theicct.org/blog/staff/china-sketching-roadmap-hydrogen-vehicles-aug2020> (дата обращения: 24.06.2021).
10. Kooyama K. Inside Japan's Long-Term Energy Policy // IEEJ Special Article 2. – 2015. – September. – P. 42–45.
11. Norifumi T., Wataru H. The Renewable Energy Law Review: Japan // The Law Reviews. – 2020. – URL: <https://thelawreviews.co.uk/title/the-renewable-energy-law-review/japan> (дата обращения: 24.06.2021).
12. Renewable Energy Policy in a Time of Transition. IRENA, OECD/IEA and REN 21 Report. – Abu Dhabi : IRENA Publishing Services, 2018.
13. Ruan X., Sheng R., Lin T. Environmental Policy Integration in the Energy Sector of China: The Roles of the Institutional Context // International Journal of Environmental Research and Public Health. – 2020. – Vol. 17. – P. 2–14.
14. Strategy for Developing Hydrogen and Fuel-Cell Technologies. METI Releases. – URL: https://www.meti.go.jp/english/press/2019/0918_001.html (дата обращения: 25.06.2021).
15. The Hydrogen Economy in South Korea. Market Intelligence Report. – London : Intralink & UK's Department for International Trade, 2021.
16. Third Energy Master Plan (A New Energy Paradigm for the Future). – Seoul : Ministry of Trade, Industry and Energy of the Republic of Korea, 2019.
17. Toshiba Energy Systems & Solutions Corporation Press Releases. – URL: https://www.toshiba-energy.com/en/info/info2020_0307.htm (дата обращения: 25.06.2021).
18. Tu K. Prospects of a Hydrogen Economy with Chinese Characteristics. – Paris : IFRI Publications, 2020.
19. World Energy Investment. – Paris : IEA Publications, 2020.
20. Zhang S, Andrews-Speed Ph. State Versus Market in China's Low-Carbon Energy Transition: An Institutional Perspective // Energy Research and Social Science. – 2020. – Vol. 66. – P. 2–9.

References

1. Grigorev F. Vodorodnaya ekonomika po-koreyski [Korean Hydrogen Economy]. *Atomnyy ekspert* [Atomic Expert], 2020. (In Russ.). Available at: https://atomicexpert.com/hydrogen_economy_in_korean (accessed 21.06.2021).
2. Korneev K. A. Politika Yaponii v oblasti razvitiya vodorodnoy energetiki [Japan's Policy in the Field of Hydrogen Energetics Development]. *Yaponskie issledovaniya* [Japanese Studies in Russia], 2020, No. 4, pp. 68–81. (In Russ.).
3. Popov S. P., Korneev K. A., Maksakova D. V. Sostoyanie i predposylki razvitiya vetroenergetiki stran Vostochnoy Azii [The Current Status and Prerequisites for the Development of Wind Energy in East Asia]. *Regionalnye aspekty vetroenergetiki* [Regional Aspects of Wind Energy], edited by V. A. Stennikov, V. G. Kurbatskiy. Novosibirsk, SO RAN, 2020, pp. 35–57. (In Russ.).
4. Arias J. Hydrogen and Fuel Cells in Japan. Tokyo, EU-Japan Centre for Industrial Cooperation, 2019.
5. Each Country's Share of CO2 Emissions. Union of Concerned Scientists. Available at: <https://www.ucsusa.org/resources/each-countrys-share-co2-emissions> (accessed 21.06.2021).
6. Energy in China's New Era. The State Council of PRC Releases. Available at: http://english.www.gov.cn/archive/whitepaper/202012/21/content_WS5fe0572bc6d0f725769423cb.html (accessed 22.06.2021).

7. Hydrogen Economy Plan in Korea. Netherland Enterprise Agency. Available at: <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2019/03/Hydrogen-economy-plan-in-Korea.pdf> (accessed 23.06.2021).
8. Investment in Clean Energy Globally in 2019, by Select Country. Available at: <https://www.statista.com/statistics/799098/global-clean-energy-investment-by-country/> (accessed 23.06.2021).
9. Jin L., He H. Ten Cities, Thousand Fuel Cell Vehicles? China is Sketching a Roadmap for Hydrogen Vehicles. *The International Council on Clean Transportation*, 2020. Available at: <https://theicct.org/blog/staff/china-sketching-roadmap-hydrogen-vehicles-aug2020> (accessed 24.06.2021).
10. Koyama K. Inside Japan's Long-Term Energy Policy. *IEEJ Special Article 2*, 2015, September, pp. 42–45.
11. Norifumi T., Wataru H. The Renewable Energy Law Review: Japan. *The Law Reviews*, 2020. Available at: <https://thelawreviews.co.uk/title/the-renewable-energy-law-review/japan> (accessed 24.06.2021).
12. Renewable Energy Policy in a Time of Transition. IRENA, OECD/IEA and REN 21 Report. Abu Dhabi, IRENA Publishing Services, 2018.
13. Ruan X., Sheng R., Lin T. Environmental Policy Integration in the Energy Sector of China: The Roles of the Institutional Context. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2020, Vol. 17, pp. 2–14.
14. Strategy for Developing Hydrogen and Fuel-Cell Technologies. METI Releases. Available at: https://www.meti.go.jp/english/press/2019/0918_001.html (accessed 25.06.2021).
15. The Hydrogen Economy in South Korea. Market Intelligence Report. London, Intralink & UK's Department for International Trade, 2021.
16. Third Energy Master Plan (A New Energy Paradigm for the Future). Seoul, Ministry of Trade, Industry and Energy of the Republic of Korea, 2019.
17. Toshiba Energy Systems & Solutions Corporation Press Releases. Available at: https://www.toshiba-energy.com/en/info/info2020_0307.htm (accessed 25.06.2021).
18. Tu K. Prospects of a Hydrogen Economy with Chinese Characteristics. Paris, IFRI Publications, 2020.
19. World Energy Investment. Paris, IEA Publications, 2020.
20. Zhang S, Andrews-Speed Ph. State Versus Market in China's Low-Carbon Energy Transition: An Institutional Perspective. *Energy Research and Social Science*, 2020, Vol. 66, pp. 2–9.

Сведения об авторе

Константин Анатольевич Корнеев
кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Центра японских исследований Института Дальнего Востока РАН; доцент кафедры политической экономики и истории экономической науки РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБУН «Институт Дальнего Востока Российской академии наук», 117218, Москва, Нахимовский проспект, д. 32;
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: korneev@ifes-ras.ru

Information about the author

Konstantin A. Korneev
PhD, Senior Researcher at Centre for Japanese Studies of IFES RAS; Associate Professor of the Department for Political Economy and History of Economic Science of the PRUE.
Address: Institute of Far Eastern Studies of the Russian Academy of Sciences, 32 Nakhimovsky Avenue, Moscow, 117218, Russian Federation;
Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: korneev@ifes-ras.ru

РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ НИЗКОУГЛЕРОДНОЙ ЭКОНОМИКИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ И В ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

А. В. Брылкина

Межрегиональный центр экологического аудита и консалтинга,
Москва, Россия

В статье рассматриваются вопросы развития низкоуглеродной экономики в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве. Актуальность темы связана с реализацией основных положений Стратегии социально-экономического развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года (2020 г.). Цель исследования – развитие методов низкоуглеродной экономики путем стимулирования экономии энергии при строительстве и эксплуатации зданий, применения инновационных конструкций и материалов за счет торговли квотами на выбросы парниковых газов, введения климатического налогообложения, создания климатических фондов и поддержки энергосберегающих проектов. Автором предложен проект низкоуглеродного развития экономики на основе повышения энергоэффективности эксплуатации зданий и сооружений. В качестве критерия реализации таких проектов рассматривается экологически скорректированный чистый дисконтированный доход с учетом экономии топливно-энергетических ресурсов и снижения выбросов парниковых газов. Разработан норматив пересчета сэкономленной энергии за счет применения энергоэффективных строительных материалов при использовании зданий и снижения выбросов CO₂. Выполнен расчет энергоэффективности жилья на примере территорий промышленных зон города Москвы, который показал снижение порядка 2,6 тонн CO₂ на 1 000 м² жилья. Предложены экономические инструменты регулирования климатических проектов, включая льготное налогообложение энергоэффективных зданий, субсидирование процентных ставок при кредитовании мероприятий в сфере энерго- и ресурсосбережения.

Ключевые слова: низкоуглеродное развитие, экономика природопользования, энергоэффективность, снижение выбросов парниковых газов, строительство, экономические регуляторы.

REGULATING THE DEVELOPMENT OF LOW-CARBON ECONOMY IN CONSTRUCTION AND HOUSING AND MUNICIPAL FACILITIES

Anna V. Brylkina

Interregional Center for Environmental Audit and Consulting,
Moscow, Russia

The article studies problems dealing with the development of low-carbon economy in construction and housing and municipal facilities. Topicality of the subject is connected with implementation of key provisions of the Strategy of Social and Economic Development in the Russian Federation dealing with low level of green-house gas emission up to 2050 (2020). The aim of the research is to elaborate methods of low-carbon economy through stimulating power savings in construction and operation of buildings, using innovation structures and materials at the expense of trading in quotas on green-house gas emissions, introducing climatic taxation, setting-up climatic foundations and supporting power-saving projects. The author puts forward a project of low-carbon economy development on the basis of power-efficiency in operating buildings and constructions. As a criterion of such project realization we can consider ecologically corrected net discounted profit with regard to savings in fuel and power resources and cut in green-house gas emissions. A new standard was worked out to recalculate economized power through using power-efficient construction materials in operating buildings and cut in CO₂ emissions. Power-efficiency of houses was

estimated based on territories of industrial zones in Moscow, which showed a reduction in approximately 2.6 tons of CO₂ per 1,000 m² of housing area. The article offers economic tools to regulate climatic projects, including concessional taxation of power-efficient buildings, subsidizing interest rates in crediting in the field of power- and resource-saving.

Keywords: low-carbon development, economics of natural resource use, power-efficiency, cut in green-house gas emissions, construction, economic regulators.

В Стратегии национальной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 2 июля 2021 г. № 400, в качестве приоритетной меры по обеспечению национальной безопасности предусмотрено развитие экономики на основе использования низкоуглеродных технологий. В данном документе отмечается, что развитие зеленой и низкоуглеродной экономики становится главным вопросом на международной повестке дня.

Климатическая проблематика является новым экономическим и политическим вызовом в управлении общественным развитием. Реализация модели низкоуглеродного развития тесно связана с повышением энергетической эффективности экономики в сфере производства и потребления [3; 5; 11].

В Стратегии экологической безопасности Российской Федерации на период до 2025 года (утверждена Указом Президента Российской Федерации от 19 апреля 2017 г. № 176) предусмотрены меры по декарбонизации экономики и снижению выбросов парниковых газов, в том числе за счет эффективного использования энергии и снижения сжигания ископаемого топлива. Существенные резервы развития энергосбережения и сокращения образования выбросов углерода имеются в сфере строительной деятельности и жилищно-коммунальном хозяйстве.

Комплексное внедрение энергоэффективных технологий с учетом перехода на низкоуглеродную экономику отмечено в числе приоритетных задач обеспечения экономической безопасности страны на перспективу.

Во многих странах реализуются меры, направленные на обеспечение низкоугле-

родного развития экономики [17; 20; 21]. Речь идет о формировании климатически нейтральной экономики уже к середине XXI в. В этих условиях требуются экономические механизмы управления низкоуглеродным развитием экономики в увязке вопросов ее энергоэффективности и сокращения выбросов CO₂ [1; 4]. Такой подход в целом направлен на минимизацию экологических и климатических рисков [13].

В отдельных отраслях экономики, например, в черной металлургии, городском хозяйстве реализуются проекты по сохранению климата [14; 16], а также по декарбонизации производственных отношений в целом [19; 22].

В настоящее время в Российской Федерации реализуется научно-техническая программа экологического развития и климатических изменений на период до 2030 г., которая предусматривает согласованное, сбалансированное социально-экономическое развитие страны с низким уровнем выбросов парниковых газов путем принятия мер по уменьшению воздействия парниковых газов на окружающую среду (Указ Президента Российской Федерации от 8 февраля 2021 г. № 76 «О мерах по реализации государственной научно-технической политики в области экологического развития Российской Федерации и климатических изменений»).

Как показывает анализ существующей хозяйственной практики, инвестиционные проекты должны быть не только экономически и экологически обоснованными, быть направленными на повышение ресурсной эффективности производства, поглощение или снижение выбросов CO₂, но и обеспечивать снижение общей нагрузки на окружающую среду и климатическую

систему путем применения наилучших доступных технологий [6]. Концепция наилучших доступных технологий является базой для реализации такого подхода по декарбонизации экономики, на основе которой может развиваться система зеленого финансирования и предоставления мер государственной поддержки климатических проектов.

Учитывая, что выбросы парниковых газов разделяются на энергетические, обусловленные потреблением топлива и энергии (выбросы CO_2), и технологические, которые связаны с особенностями используемого сырья, материалов, их преобразования, технологическими процессами [7], можно говорить о климатосберегающих проектах с точки зрения экономии энергии, рационального использования материалов и сырья.

Наибольший вклад в формирование совокупных выбросов парниковых газов оказывают промышленность и энергетика. Вместе с тем строительство, жилищно-коммунальное хозяйство также влияют на выбросы парниковых газов через энергопотребление, добычу и сжигание ископаемого топлива в рамках модели ресурсного и энергетического цикла. В ходе реализации национальных стратегий развития низкоуглеродной экономики многие страны осуществляют и поддерживают проекты и программы, направленные на повышение энергоэффективности зданий в отдельных секторах экономики (промышленности, жилищно-коммунальном секторе экономики) в целях снижения выбросов парниковых газов.

Построение моделей низкоуглеродного строительства предполагает учет интересов всех заинтересованных сторон: государства (общества), инвесторов, строителей, потребителей продукции (например, зданий, жилых домов, офисов и др.).

Очевидно, что оценку эффективности таких климатосберегающих проектов следует осуществлять по всему жизненному циклу, например, строительство здания, его эксплуатация, утилизация отходов по-

сле окончания срока службы. Интересы участников инвестиционного процесса в сфере низкоуглеродного строительства (государства, населения, строительных компаний, инвесторов) в значительной степени совпадают, так как обеспечивают сокращение выбросов парниковых газов, экономия первичных природных ресурсов, энергии. Кроме того, реализация таких проектов приносит доход.

Определенный опыт поддержки проектов, ориентированных на повышение эффективности использования энергии при эксплуатации зданий путем применения механизмов климатических инвестиций, накоплен в Латвии. Подход базируется на использовании схемы зеленых инвестиций с применением инструментария государственно-частного партнерства. Главный смысл применения этих финансовых схем и инструментов регулирования состоит в возможности использования части средств, полученных страной в рамках продажи квот на углеродные выбросы на поддержку и софинансирование мероприятий, связанных с повышением эффективности использования энергии при эксплуатации зданий, сооружений в секторе жилищного строительства, коммунального хозяйства и промышленности в целом. Определение наилучшего управленческого решения, проекта с точки зрения последующего его софинансирования за счет климатических инвестиций осуществляется на основе ежегодно проводимых конкурсов, организаторами которых выступают специализированные природоохранные учреждения страны, например, министерства и ведомства, а также научные организации и вузы, профессиональные союзы и организации, например, Ассоциация строительных инженеров, Ассоциация строителей, Общество пассивных домов и др. В результате проведения таких конкурсов и отборочных процедур создаются необходимые институциональные и экономические условия, организационные предпосылки для экономии энергии и, как следствие, для снижения выбросов парниковых газов при

эксплуатации жилья, зданий и сооружений.

Отметим, что мероприятия данной программы были направлены на снижение общих производственных расходов, экономию энергии, сокращение выбросов CO₂.

За счет финансовых ресурсов и средств, накопленных в специальном фонде при Министерстве охраны окружающей среды и регионального развития Латвии от продажи углеродных квот, а также с учетом уровня снижения потребления энергии финансовая субсидия на поддержку мер по снижению потребления энергии может составить до 80% стоимости такого проекта. Такое софинансирование низкоугле-

родного проекта является существенным стимулом для поддержки энергетически и экологически эффективных решений. Основным критерием при оценке и отборе проектов на предмет их софинансирования за счет климатических инвестиций является снижение потребления энергии и тепла для отопления в расчете на единицу площади объекта (здания). Одновременно решаются вопросы снижения углеродоемкости экономики в целом.

В табл. 1 приведены критерии оценки заинтересованности участников проекта, основанные на экологически модифицированном чистом дисконтированном доходе (ЧДД) в процессе строительства и эксплуатации жилых зданий.

Таблица 1

Критерии оценки заинтересованности в результатах проекта низкоуглеродного развития, основанные на модифицированном чистом дисконтированном доходе в процессе строительства и эксплуатации жилых зданий

Заинтересованные стороны проекта	Формализованная оценка заинтересованности
Общество, государство	$E^{roc} = \sum_{t=1}^T (G_t + H_t)(1+r)^{1-t}$
Инвестиционные компании, строительные фирмы	$E^{сф} = \sum_{t=1}^T (D_t - Z_t)(1+r)^{1-t}$
Население, потребители продукции	$E^{потр} = \sum_{t=1}^T (+R_t)(1+r)^{1-t} - S$

Таким образом, можно представить схему определения уровня низкоуглеродного проекта, которая учитывает все его составляющие с учетом интересов заинтересованных сторон.

Для жилых зданий значение модифицированного чистого дисконтированного дохода (E) с учетом снижения выбросов парниковых газов для производства энергии рассчитывается следующим образом:

$$E = \sum_{t=1}^T (D_t - Z_t + R_t + G_t + H_t)(1+r)^{1-t} - S,$$

где E – ЧДД проекта по строительству низкоуглеродного здания, руб.;

D_t – возможный доход инвестиционной компании от продажи потребителям (населению) низкоуглеродного здания в t -й год, руб.;

Z_t – затраты инвестиционной компании в процессе строительства низкоуглеродного здания в t -й год, руб./год;

R_t – текущие затраты, которые сэкономят при эксплуатации низкоуглеродного здания, включая снижение затрат на электроэнергию, экономию расходов на отопление, потребление воды и водоотведение в t -й год, руб.;

G_t – экономия топливных и энергетических ресурсов на стадии производства энергии в t -й год, руб.;

H_t – эффект от сокращения выбросов CO₂ путем уменьшения использования электрической и тепловой энергии в t -й год, руб.;

r – ставка дисконтирования, доли;

S – затраты на покупку населением низкоуглеродного здания, руб.

Таким образом, суть предлагаемого подхода заключается в обосновании в проектах низкоуглеродного строительства показателя ЧДД, для расчета которого учитываются экономия природных благ путем сокращения потребляемой энергии и эффект от сокращения выбросов CO_2 .

В расчетах следует также учитывать косвенный эффект от снижения капитальных вложений в энергетiku и сети, сокращения экологического ущерба.

В результате решения оптимизационной задачи, направленной на удовлетворение интересов всех участников процесса низкоуглеродного строительства, будет определен набор вариантов решений, необходимых для создания энергоэффективного здания.

Очевидно, что заинтересованность инвестора может быть связана с интересами строительной фирмы, а также заказчика-застройщика. Все параметры, из которых складываются критерии оптимальности, зависят от оценки альтернативного варианта осуществления управленческого решения по проекту (применяемой технологии и т. д.).

Полученные варианты плана позволяют рассчитать значение целевой функции, т. е. величины заинтересованности каждого участника (целевой группы) процесса низкоуглеродного строительства. В качестве оптимального решения задачи по обоснованию низкоуглеродного строительства принимается такой вариант, при котором достигается максимальная величина заинтересованности конкретного участника проекта.

В результате реализации предложенных моделей могут быть получены различные варианты решения, которые учитывают альтернативные подходы к строительству энергоэффективного низкоуглеродного здания. Каждое из этих решений удовлетворяет лишь одного из участников такого строительства. При этом следует выбрать вариант, который обеспечивает компромисс между установленными критериями и складывающимися интересами, прису-

щими разным участникам и заинтересованным сторонам низкоуглеродного строительства. Такой вариант может быть найден на основе одновременной оптимизации всех критериев, т. е. при векторной оптимизации. При решении задачи векторной оптимизации между локальными критериями возникает противоречие: улучшение какого-либо одного локального критерия может привести к изменению в худшую сторону другого. Такая ситуация характерна при принятии решений и планов на основе выбора компромиссов (области Парето).

Разработанные в рамках исследования модели формируют научный инструментарий, с тем чтобы определить решения на локальном уровне, связанные с выбором того или иного конструктивного решения строительства, в которых заинтересованы участники низкоуглеродного строительства, а также обосновать такое компромиссное решение, которое основано на справедливой уступке с учетом интересов участников заинтересованных сторон на локальном уровне и соблюдения требования низкоуглеродного строительства. Для подтверждения возможности применения разработанных моделей и рекомендуемых методов решения поставленных задач был проведен ряд расчетов, которые позволили апробировать разработанные модели и алгоритмы.

Для иллюстрации разработанных моделей и выбранных экономико-математических методов использовались данные по двум группам строительных конструкций: уменьшение тепловых потерь за счет совершенствования оконных конструкций ($k = 1$) и сокращение тепловых потерь за счет улучшения материалов и конструкций внешних стен здания.

В качестве исходных данных для расчетов рассмотрены некоторые технико-экономические, природные и климатические параметры, характеризующие конструкции окон и стен (деревянные окна в спаренных переплетах, панели из керамзита и бетона). При использовании этой

продукции в строительном комплексе учитывались экспертно установленные значения экономических показателей по каждому виду альтернативных вариантов конструкционных материалов с учетом экономии природных ресурсов (снижения истощения природных ресурсов), снижения выбросов парниковых газов, а также затрат на приобретение и эксплуатацию энергоэффективного здания.

Для каждого из участников строительства энергоэффективного здания были выбраны различные варианты конструкции. Например, строительная фирма (инвестор) заинтересована для окон в реализации варианта U_3 (двухкамерный стеклопакет с мягким селективным покрытием – i -стекло), а для капитальных стен – U_8

(например, полистиролбетон 375 мм + эффективный кирпич 120 мм). Для потребителя вариант окон совпадает, а капитальные стены для него предпочтительно выполнить в соответствии с вариантом U_6 (железобетонная стена с вентилируемым фасадом).

По оценкам, 1 кг парниковых газов равен 0,7 кВт·ч сэкономленной энергии. Следовательно, для пересчета сэкономленной энергии (кВт·ч) в парниковые газы (кг) нами принимается коэффициент 0,7 кВт·ч. К примеру, эффект за счет использования при строительстве энергоэффективного варианта утепленной стены проявляется в сокращении выбросов парниковых газов CO_2 на 40% (табл. 2).

Таблица 2

Результаты расчетов выбросов парниковых газов в зависимости от выбора вариантов ограждающих конструкций здания

Альтернативные варианты ограждающих конструкций здания (окна и внешние стены здания)	Сопротивление теплопередаче (R), м ² С/Вт	Расчетная мощность системы отопления зданий, покрывающая трансмиссионные потери ($q_{зд}$), кВт·ч/м ²	Выбросы парниковых газов CO_2 , кг (1кг = 0,7 кВт·ч)
1. Однокамерный стеклопакет с мягким селективным покрытием Кирпичная стена 380 мм с пенополистиролом 100 мм	0,56 2,78	95	66,5
2. Двухкамерный стеклопакет с твердым селективным покрытием (k-стекло) Железобетонная стена 250 мм с утеплением минеральной ватой 150 мм и вентилируемым фасадом	0,77 3,75	70	49
3. Двухкамерный стеклопакет с мягким селективным покрытием (i-стекло) Газобетон 300 мм + пенополистирол 100 мм с отделочным штукатурным слоем	0,8 4,5	57	39,9

Рассмотрим данный подход на примере территорий промышленных зон города Москвы, которые реорганизуются в рамках программ оздоровления окружающей среды и строительства энергоэффективного жилья, офисных объектов. На таких реорганизуемых территориях было построено жилье общей площадью 1,4 млн м². Оче-

видно, что с учетом того или иного варианта строительства энергоэффективных зданий и принимаемых решений, например, с учетом выбора технологического решения по применению ограждающих конструкций строящегося здания, на практике может быть получено различное значение снижения CO_2 .

Такие резервы снижения CO₂ при строительстве энергоэффективного жилья в различных районах города могут быть разными с учетом типа строительных конструкций и материалов. Так, к примеру, на основе того или иного выбранного варианта ограждающих конструкций строящегося здания выбросы CO₂ могут составить:

– 1-й вариант – базовый (однокамерный стеклопакет с мягким селективным покрытием и кирпичная стена 380 мм с пенополистиролом 100 мм):

$$66,5 \text{ кг CO}_2 \cdot 1\,400 \text{ тыс. м}^2 = 93\,100 \text{ т};$$

– 2-й вариант (двухкамерный стеклопакет с твердым селективным покрытием (*k*-стекло) и железобетонная стена 250 мм с утеплением минеральной ватой 150 мм и вентилируемым фасадом):

$$49 \text{ кг CO}_2 \cdot 1\,400 \text{ тыс. м}^2 = 68\,600 \text{ т};$$

– 3-й вариант (двухкамерный стеклопакет с мягким селективным покрытием (*i*-стекло) и газобетон 300 мм, пенополистирол 100 мм с отделочным штукатурным слоем):

$$(39,9 \text{ кг CO}_2 \cdot 1\,400 \text{ тыс. м}^2 = 55\,860 \text{ т}).$$

Следует отметить, что если будут выбраны и использоваться более энергоэффективные материалы и варианты ограждающих конструкций энергоэффективного здания, сокращения выбросов CO₂ составят от 24 500 до 37 240 тонн в год. Кроме того, в зависимости от рассматриваемого региона, где намечаются к реализации климатические проекты при строительстве и эксплуатации зданий, могут применяться льготы по налогам на имущество в зависимости от класса энергетической эффективности объекта недвижимости.

Разработанный методический подход к развитию низкоуглеродных объектов недвижимости в зависимости от уровня энергоэффективности жилья позволяет выполнить оценку сэкономленной энергии путем использования современных технологических решений, применения различных материалов для снижения выбросов CO₂, а также осуществлять экономическое регулирование и стимулирование таких климатических проектов.

Исходя из того, что сложившаяся цена квоты на выброс 1 тонны CO₂ составляет в настоящее время примерно 30 евро, суммарный эффект от продажи разрешений (квот) на выбросы CO₂ путем применения энергоэффективных строительных материалов и конструкций может составить от 735 тыс. до 111,7 тыс. евро в год в зависимости от типа материалов. Средства от продажи данных углеродных квот могут быть направлены в специальный углеродный (климатический) фонд, который может создаваться как по региональному, так и по отраслевому признаку.

Следует учитывать, что в зависимости от уровня энергоэффективности здания могут устанавливаться те или иные варианты финансирования и экономического стимулирования энергосберегающих решений.

В качестве мер по стимулированию экономики энергии, тепла, внедрения энергоэффективных технологий в строительном секторе экономики рекомендуется также использовать такой инструмент, как софинансирование проектов, обеспечивающих снижение энерго- и электропотребления за счет части средств реализации квот на выбросы CO₂ путем субсидирования процентных ставок при кредитовании мероприятий в сфере энерго- и ресурсосбережения. Очевидно, что для оценки влияния низкоуглеродного строительства на снижение парниковых выбросов следует рассмотреть всю цепочку от генерации до потребления электроэнергии. Снижение добычи топливно-энергетических ресурсов (углеводородного сырья) дает возможность сократить выбросы таких загрязняющих веществ в окружающую среду.

Оценка эффективности сокращения экологической нагрузки, включающей снижение выброса парниковых газов и сокращение истощения природных ресурсов, соответствующего компромиссному варианту, была выполнена на основе расчета показателя ЧДД и срока окупаемости при ставке дисконтирования 10%. Если

рассматривать в качестве результата лишь снижение выброса парниковых газов, то

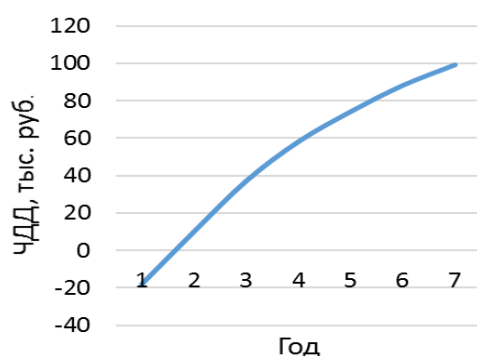


Рис. 1. ЧДД при оценке суммарного результата от снижения выброса парниковых газов и сокращения истощения природных ресурсов (срок окупаемости составляет 1,8 года)

Поскольку эти данные получены из расчета на 1 м², то их несложно распространить на жилой многоквартирный дом или микрорайон. При этом экономическая целесообразность полученного результата сохраняется.

Как отмечалось выше, предложенный механизм по регулированию снижения выбросов CO₂ при эксплуатации энергоэффективных зданий и других объектов может включать продажу прав (квот) на выбросы CO₂, создание углеродного (климатического) фонда.

Как показали выполненные расчеты, только на примере реорганизации промышленной и коммунальной зоны и строительства энергоэффективного жилья в Москве площадью 1,4 млн м² эффект от применения энергоэффективных материалов и конструкций может составить от 24 500 до 37 240 тонн CO₂, или 2,6 тонн CO₂ на 1 000 м² жилья. При этом суммарные поступления в проект от продажи таких углеродных квот могут составить порядка 735 тыс. евро в год, или 525 евро на 1 000 м² жилья, что делает проекты по снижению выбросов CO₂ в сфере строительства и эксплуатации энергоэффективного жилья эффективными и привлекательными для инвестиционных компаний. По оценкам, для успешной реализации климатических

полученный результат также является экономически целесообразным (рис. 1, 2).

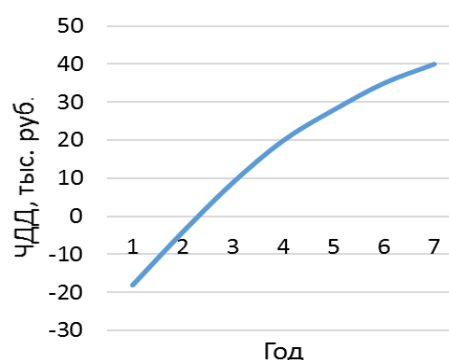


Рис. 2. ЧДД при оценке суммарного результата от снижения выброса парниковых газов (срок окупаемости составляет 2,6 года)

проектов цена на выбросы CO₂ должна быть порядка 75–100 долларов за 1 т эквивалента CO₂ [8].

В табл. 3 приведены виды инструментов, регулирующих снижение выбросов парниковых газов.

Следует отметить, что в настоящее время в Российской Федерации проходит апробация подходов к развитию низкоуглеродной экономики. Так, в Сахалинской области начиная с 2021 г. проводится эксперимент по торговле углеродными единицами. Речь идет о создании экономических и правовых условий для внедрения технологий по сокращению выбросов парниковых газов, отработки методики формирования системы верификации учета выбросов и поглощения парниковых газов [10]. Цель вводимых мер – достижение углеродной нейтральности региона к 2025 г. путем специального регулирования выбросов и поглощения парниковых газов и создания на этой основе системы торговли углеродными единицами.

Важное значение имеет при этом стимулирование развития зеленых климатических секторов экономики [2; 9]. Тем самым приоритетное развитие получают виды деятельности, которые используют низко- и безуглеродные технологии производства. Разработана дорожная карта по примене-

нию данного механизма торговли углеродными единицами, чтобы обеспечить достижение углеродной нейтральности региона.

Таблица 3

Характеристика инструментов для регулирования снижения выбросов парниковых газов*

Инструменты	Содержание и характеристика инструмента
Административно-технические (прямое ограничение) инструменты	Техническое регулирование
	Нормирование расходования ресурсов (установление нормы потребления бензина, внедрение стандартов энергоэффективности зданий и т. д.)
	Применение современных технологических решений (наилучшие доступные технологии)
	Ведение Реестра технологий, отвечающих целям защиты окружающей среды. Со временем такие технологии становятся обязательными для использования в хозяйственной практике
	Установление количественных ограничений по выбросам CO ₂ для предприятий, отраслей хозяйства, территорий
Экономические (рыночные) регуляторы – нацелены на создание экономических стимулов	1. Инструменты, оказывающие стимулирующее воздействие при ограничении выбросов парниковых газов:
	углеродный налог
	системы торговли квотами на выбросы CO ₂
	субсидии на мероприятия и проекты по сокращению выбросов CO ₂ , в том числе субсидии на использование возобновляемых источников энергии и других чистых источников энергии
	2. Инструменты, оказывающие стимулирующее воздействие в отношении ограничения производства или потребления грязной продукции:
	налог на продукцию, не отвечающую экологическим и климатическим требованиям
субсидии для производства чистой продукции	

* Источник: [8. – С. 2-3].

В рамках эксперимента в Сахалинской области будет создана необходимая инфраструктура поддержки климатических проектов. Кроме того, будет сформирована региональная система торговли выбросами CO₂. Тем самым реализация принципов торговли квотами на выбросы CO₂ является важным инструментом регулирования климатической политики на государственном уровне. Данный инструмент требует правового регулирования наряду с применением углеродного налога и др. [15; 18].

Среди инструментов экономического регулирования низкоуглеродного развития можно также отметить:

- развитие торговли квотами на выбросы CO₂, формирование углеродных рынков квот на выбросы CO₂ и создание климатических фондов;
- формирование климатосберегающей налоговой политики. В развитых странах

уже применяются налоги на деятельность, которая приводит к выбросам CO₂;

- развитие методов финансирования климатических проектов, включая инструменты зеленого финансирования, применение экологических (климатических) облигаций, привлечение отечественных и зарубежных инвестиций в проекты по утилизации и секвестированию парниковых газов.

Недостаточный учет климатических факторов в хозяйственном развитии может сопровождаться различного рода рисками и потерями. Так, например, в связи с ужесточением законодательства по климатическим изменениям российские компании – производители железа, стали, алюминия и удобрения могут выплатить ЕС 1,1 млрд евро углеродного налога. Больше всего такие выплаты могут затронуть поставщики производителей железа и стали – 655 млн евро, азотных удобрений – 398 млн евро,

что учитывает также показатели углеродоемкости этих продуктов [12]. Такой углеродный налог может затронуть российские поставки в ЕС на сумму почти 7 млрд евро. Предполагается, что заявитель будет подавать декларацию с данными о поставках продукции и ее углеродоемкости. По оценкам, в результате такого нового углеродного налога может значительно сократиться потребление российской нефти и угля, из-за чего российские экспортеры могут потерять существенные доходы.

Таким образом, реализация предложенного подхода к снижению выбросов CO₂ путем повышения энергоэффективности зданий в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве позволяет рационально использовать имеющиеся ресурсы (сырье, материалы, энергию), снизить нагрузку на окружающую среду и обеспечить переход к низкоуглеродному развитию экономики в целом.

Список литературы

1. Башмаков И. А. Повышение энергоэффективности в российских зданиях. Прогноз до 2050 года // Вопросы экономики. – 2016. – № 3. – С. 75–89.
2. Бенч Л. Я., Андрийчук А. Ю., Пономарева К. С. Кредитные инструменты как составляющая политики «зеленых» финансов // Бизнес информ. – 2019. – № 12 (503). – С. 338–343. – DOI: 10.32983/2222-4459-2019-12-338-343
3. Бондаренко Л. В., Маслова О. В., Белкина А. В., Сухарева К. В. Глобальное изменение климата и его последствия // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2018. – № 2. – С. 84–93.
4. Брылкина А. В. Разработка организационно-экономического механизма снижения выбросов парниковых газов // Горизонты экономики. – 2018. – № 2 (42). – С. 41–45.
5. Васильцов В. С., Яшалова Н. Н. Климатическая политика в инновационной экономике: национальный и международный аспекты // Ars Administrandi (Искусство управления). – 2018. – № 1. – С. 38–63.
6. Волосатова А. А., Скобелев Д. О. Подходы к установлению критериев дофинансовой оценки «зеленых» проектов в России // Ресурсная экономика, изменение климата и рациональное природопользование : материалы XVI Международной научно-практической конференции Российского общества экологической экономики. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2021. – С. 34–36.
7. Гусева Т. В., Щелоков К. А. Декарбонизация промышленности: аспекты нормирования российских предприятий // Ресурсная экономика, изменение климата и рациональное природопользование : материалы XVI Международной научно-практической конференции Российского общества экологической экономики. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2021. – С. 49–50.
8. Международные подходы к углеродному ценообразованию. – М. : Департамент многостороннего сотрудничества Минэкономразвития России, 2021. – URL: <https://www.economy.gov.ru/material/file/c13068c695b51eb60ba8cb2006dd81c1/13777562.pdf> (дата обращения: 20.03.2021).
9. Мотосова Е. А., Потравный И. М. Плюсы и минусы введения углеродного налога: зарубежный опыт и позиция России по Киотскому протоколу // ЭКО. – 2014. – № 7. – С. 180–189.
10. На Сахалине проведут эксперимент по торговле углеродными единицами. – URL: <https://tele-center.ru/news/na-sakhaline-provedut-eksperiment-po-torgovle-uglerodnymi-edinitsami/> (дата обращения: 22.03.2021).

11. Пахомова Н. В., Рихтер К. К., Жигалов В. М., Малова А. С. Управление энергоэффективностью в контексте климатической политики // Экономика региона. – 2017. – Т. 13. – Вып. 1. – С. 183–195.
12. Российские компании выплатят ЕС 1,1 млрд евро углеродного налога. – URL: <https://www.kp.ru/online/news/4377187/> (дата обращения: 22.08.2021).
13. Яковлева Е. Н., Яшалова Н. Н., Рубан Д. А., Васильцов В. С. Методические подходы к оценке природно-климатических рисков в целях устойчивого развития государства // Ученые записки РГГУ. – 2018. – № 52. – С. 120–137.
14. Яшалова Н. Н., Васильцов В. С., Потравный И. М. Декарбонизация черной металлургии: цели и инструменты регулирования // Черные металлы. – 2020. – № 8 (1064). – С. 70–75.
15. Ciarli T., Savona M. Modelling the Evolution of Economic Structure and Climate Change: a Review // Ecological Economics. – 2019. – Vol. 158. – P. 51–64.
16. Flemsaeter F., Bjorkhaug, H., Brobakk J. Farmers as Climate Citizens // Journal of Environmental Planning and Management. – 2018. – Vol. 61. – P. 2050–2066.
17. Henstra D., Thistlethwaite J., Vanhooren S. The Governance of Climate Change Adaptation: Stormwater Management Policy and Practice // Journal of Environmental Planning and Management. – 2020. – Vol. 63. – P. 1077–1096. – DOI: 10.1080/09640568.2019.1634015
18. Makarov I., Chen H., Paltsev S. Impacts of Climate Change Policies Worldwide on the Russian Economy // Climate Policy. – 2020. – Vol. 20. – P. 1242–1256. DOI: 10.1080/14693062.2020.1781047
19. Onofri L., Nunes P. A. L. D. Economic Valuation for Policy Support in the Context of Ecosystem-Based Adaptation to Climate Change: An Indicator, Integrated Based Approach // Heliyon. – 2020. – Vol. 6. – P. 04650. – DOI: 10.1016/j.heliyon.2020.e04650
20. Rezai A., Taylor L., Foley D. Economic Growth, Income Distribution, and Climate Change // Ecological Economics. – 2018. – Vol. 146. – P. 164–172.
21. Tol R. S. J. The Economic Impacts of Climate Change // Review of Environmental Economics and Policy. – 2018. – Vol. 12. – P. 4–25.
22. Van der Heijden J., Luckmann O., Cherkasheva A. Urban Climate Governance in Russia: Insights from Moscow and St. Petersburg // Journal of Urban Affairs. – 2020. – Vol. 42. – P. 1047–1062. – DOI: 10.1080/07352166.2019.1617036

References

1. Bashmakov I. A. Povyshenie energoeffektivnosti v rossiyskikh zdaniyakh. Prognoz do 2050 goda [Increasing Power-Efficiency in Russian Buildings. Forecast up to 2050]. *Voprosy ekonomiki*, 2016, No. 3, pp. 75–89. (In Russ.).
2. Bench L. Ya., Andriychuk A. Yu., Ponomareva K. S. Kreditnye instrumenty kak sostavlyayushchaya politiki «zelenykh» finansov [Credit Tools as Element of ‘Green’ Finance Policy]. *Biznes inform* [Business-Inform], 2019, No. 12 (503), pp. 338–343. (In Russ.). DOI: 10.32983/2222-4459-2019-12-338-343
3. Bondarenko L. V., Maslova O. V., Belkina A. V., Sukhareva K. V. Globalnoe izmenenie klimata i ego posledstviya [Global Climate Change and its After-Effects]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2018, No. 2, pp. 84–93. (In Russ.).
4. Brylkina A. V. Razrabotka organizatsionno-ekonomicheskogo mekhanizma snizheniya vybrosov parnikovyykh gazov [Developing Organizational and Economic Mechanism of Cutting Green-House Gas Emissions]. *Gorizonty ekonomiki* [Horizons of Economics], 2018, No. 2 (42), pp. 41–45. (In Russ.).

5. Vasil'tsov V. S., Yashalova N. N. Klimaticheskaya politika v innovatsionnoy ekonomike: natsionalnyy i mezhdunarodnyy aspekty [Climatic Policy in Innovation Economy: National and International Aspects]. *Ars Administrandi (Iskusstvo upravleniya)*, 2018, No. 1, pp. 38–63. (In Russ.).

6. Volosatova A. A., Skobelev D. O. Podkhody k ustanovleniyu kriteriev dofinansovoy otsenki «zelenykh» proektov v Rossii [Approaches to Identifying Criteria of Pre-Finance Estimation of 'Green' Projects in Russia]. *Resursnaya ekonomika, izmenenie klimata i ratsionalnoe prirodopolzovanie, materialy XVI Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii Rossiyskogo obshchestva ekologicheskoy ekonomiki* [Resource Economy, Climate Change and Rational Natural Resource Use, materials of the 16th International Conference of the Russian Society of Ecologic Economy]. Krasnoyarsk, the Siberian Federal University, 2021, pp. 34–36. (In Russ.).

7. Guseva T. V., Shchelokov K. A. Dekarbonizatsiya promyshlennosti: aspekty normirovaniya rossiyskikh predpriyatiy [De-carbonization of Industry: Aspects of Rate Fixing for Russian Enterprises]. *Resursnaya ekonomika, izmenenie klimata i ratsionalnoe prirodopolzovanie, materialy XVI Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii Rossiyskogo obshchestva ekologicheskoy ekonomiki* [Resource Economy, Climate Change and Rational Natural Resource Use, materials of the 16th International Conference of the Russian Society of Ecologic Economy]. Krasnoyarsk, The Siberian Federal University, 2021, pp. 49–50. (In Russ.).

8. Mezhdunarodnye podkhody k uglerodnomu tsenoobrazovaniyu [International Approaches to Carbon Pricing]. Moscow, the Department of Multilateral Cooperation of the Ministry of Economic Development of Russia, 2021. (In Russ.). Available at: <https://www.economy.gov.ru/material/file/c13068c695b51eb60ba8cb2006dd81c1/13777562.pdf> (accessed 20.03.2021).

9. Motosova E. A., Potravnyy I. M. Plyusy i minusy vvedeniya uglerodnogo naloga: zarubezhnyy opyt i pozitsiya Rossii po Kiotskomu protokolu [Advantages and Disadvantages of Carbon Tax: Overseas Experience and Position of Russia by Kyoto Protocol]. *ECO*, 2014, No. 7, pp. 180–189. (In Russ.).

10. Na Sakhaline provedut eksperiment po torgovle uglerodnymi edinitami [An Experiment will be Held on Sakhalin in Regard to Carbon Units Trade]. (In Russ.). Available at: <https://tele-center.ru/news/na-sakhaline-provedut-eksperiment-po-torgovle-uglerodnymi-edinitami/> (accessed 22.03.2021).

11. Pakhomova N. V., Rikhter K. K., Zhigalov V. M., Malova A. S. Upravlenie energoeffektivnostyu v kontekste klimaticheskoy politiki [Managing Power Efficiency in the Context of Climate Policy]. *Ekonomika regiona* [Economy of Region], 2017, Vol. 13, Issue 1, pp. 183–195. (In Russ.).

12. Rossiyskie kompanii vyplatyat ES 1,1 mlrd evro uglerodnogo naloga [Russian Companies will Pay the EU 1.1bn euro as Carbon Tax]. (In Russ.). Available at: <https://www.kp.ru/online/news/4377187/> (accessed 22.08.2021).

13. Yakovleva E. N., Yashalova N. N., Ruban D. A., Vasil'tsov V. S. Metodicheskie podkhody k otsenke prirodno-klimaticheskikh riskov v tselyakh ustoychivogo razvitiya gosudarstva [Methodological Approaches to Estimation of Natural-Climatic Risks Aimed at Sustainable Development of State]. *Uchenye zapiski RGGU* [Academic Proceedings of RGGU], 2018, No. 52, pp. 120–137. (In Russ.).

14. Yashalova N. N., Vasil'tsov V. S., Potravnyy I. M. Dekarbonizatsiya chernoy metallurgii: tseli i instrumenty regulirovaniya [De-Carbonization of Ferrous Steel-Making: Goals and Tools of Regulation]. *Chernye metally* [Ferrous Metals], 2020, No. 8 (1064), pp. 70–75. (In Russ.).

15. Ciarli T., Savona M. Modelling the Evolution of Economic Structure and Climate Change: a Review. *Ecological Economics*, 2019, Vol. 158, pp. 51–64.

16. Flemsaeter F., Bjorkhaug, H., Brobakk J. Farmers as Climate Citizens. *Journal of Environmental Planning and Management*, 2018, Vol. 61, pp. 2050–2066.

17. Henstra D., Thistlethwaite J., Vanhooren S. The Governance of Climate Change Adaptation: Stormwater Management Policy and Practice. *Journal of Environmental Planning and Management*, 2020, Vol. 63, pp. 1077–1096. DOI: 10.1080/09640568.2019.1634015

18. Makarov I., Chen H., Paltsev S. Impacts of Climate Change Policies Worldwide on the Russian Economy. *Climate Policy*, 2020, Vol. 20, pp. 1242–1256. DOI: 10.1080/14693062.2020.1781047

19. Onofri L., Nunes P. A. L. D. Economic Valuation for Policy Support in the Context of Ecosystem-Based Adaptation to Climate Change: An Indicator, Integrated Based Approach. *Heliyon*, 2020, Vol. 6, pp. 04650. DOI: 10.1016/j.heliyon.2020.e04650

20. Rezai A., Taylor L., Foley D. Economic Growth, Income Distribution, and Climate Change. *Ecological Economics*, 2018, Vol. 146, pp. 164–172.

21. Tol R. S. J. The Economic Impacts of Climate Change. *Review of Environmental Economics and Policy*, 2018, Vol. 12, pp. 4–25.

22. Van der Heijden J., Luckmann O., Cherkasheva A. Urban Climate Governance in Russia: Insights from Moscow and St. Petersburg. *Journal of Urban Affairs*, 2020, Vol. 42, pp. 1047–1062. DOI: 10.1080/07352166.2019.1617036

Сведения об авторе

Анна Викторовна Брылкина

эксперт Межрегионального центра экологического аудита и консалтинга.

Адрес: Межрегиональный центр экологического аудита и консалтинга, 117449, Москва,

ул. Шверника, д. 15/2.

E-mail: abrylkina@mail.ru

Information about the author

Anna V. Brylkina

Expert of the Interregional Center for Environmental Audit and Consulting.

Address: Interregional Center for Environmental Audit and Consulting, 15/2 Shvernik Str., Moscow, 117449, Russian Federation.

E-mail: abrylkina@mail.ru



СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В РОССИИ¹

А. А. Волков

Вологодский научный центр Российской академии наук,
Вологда, Россия

Рынок жилья в России является одним из важных индикаторов состояния экономики. За счет его развития происходит ускоренное функционирование большинства сфер и отраслей региональной экономики. Обеспеченность доступным жильем, отвечающим современным требованиям комфортности и безопасности, является одним из приоритетных направлений социально-экономической политики нашей страны. Исходя из этого автором был проведен анализ ключевых показателей, которые характеризуют современное состояние рынка жилой недвижимости в Российской Федерации и федеральных округах, таких как обеспеченность населения жилой недвижимостью, ввод в эксплуатацию недвижимости, число построенных квартир, объем аварийного жилья, средние цены на рынке жилья и т. д. По итогам анализа были выявлены следующие тенденции: по показателю обеспеченности площадью жилья в среднем на одного жителя Россия существенно уступает развивающимся и развитым странам; ввод в эксплуатацию жилой недвижимости заметно снизился, а цены за один квадратный метр жилья значительно выросли. Методологическую основу исследования составили экономико-статистические методы, синтез, системный анализ, сравнительный анализ. При написании статьи автором использовалась научная литература отечественных и зарубежных авторов, а также данные Федеральной службы государственной статистики и Банка России. Результаты статьи могут быть полезны органам власти при принятии управленческих решений, а также научному сообществу, занимающемуся вопросами рынка жилой недвижимости.

Ключевые слова: рынок жилья, обеспеченность жильем, ипотечное кредитование, первичный рынок, жилищное строительство.

THE PRESENT DAY SITUATION ON RESIDENTIAL REAL ESTATE MARKET IN RUSSIA

Anatoly A. Volkov

Vologda scientific center of the Russian Academy of Sciences,
Vologda, Russia

Housing market in Russia is one of the most important indicators of economy standing. Accelerated functioning of the majority of fields and branches of regional economy is provided by its development. Provision of affordable housing, which meets today's requirements of comfort and safety, is a priority of social and economic policy of our country. On this basis the author analyzed key indicators characterizing the current situation on residential real estate market in the Russian Federation and federal areas. They are as follows: provision of the population with residential RE, commissioning of RE, the number of apartments of completed construction, the volume of damaged housing, average prices on market, etc. As a result of the analysis the following trends were identified: by figures of housing area per one dweller Russia is lagging behind developing and industrial countries; commissioning of residential RE has dropped and prices on 1 m² have risen. Methodological foundation of the research was formed by economic and statistic methods, synthesis, systematic analysis and comparative analysis. For this article the author used academic literature by home and overseas authors and information of the Federal Service of State Statistics and

¹ Статья подготовлена в соответствии с государственным заданием для ФГБУН ВолНЦ РАН по теме НИР № 0168-2019-0004 «Совершенствование механизмов развития и эффективного использования потенциала социально-экономических систем».

the Bank of Russia. The findings of the article can be useful for authorities in making managerial decisions and for academic community dealing with issues of residential RE market.

Keywords: housing market, provision of housing, mortgage, new house market, housing construction.

Введение

В условиях внешних и внутренних изменений социально-экономической системы социальная стабильность в обществе гарантируется наличием высокого качества жизни населения, которое целиком зависит от полного удовлетворения их потребностей, одной из которых является потребность в жилье. Жилье для человека – это важнейшее, жизненно необходимое социальное благо, его безопасное пристанище, среда существования и обитания всей семьи. Как известно, бездомный человек находится в состоянии общественной нестабильности и неустраиваемости. Установлена тесная взаимосвязь высокой заболеваемости и смертности населения с условиями жилья [4]. Кроме того, по степени обеспеченности населения жильем соответствующего качества можно судить и об уровне экономического развития государства. Качество жилищно-коммунальных услуг, состояние жилого фонда и в целом развитость рынка жилья имеют существенное влияние на инвестиционный климат страны и регионов. Улучшение качества недвижимости, увеличение степени им обеспеченности способствуют высокому уровню потребления остальных товаров длительного пользования. 1 марта 2018 г. президент России в ежегодном послании Федеральному Собранию отметил, что проблема жилья тянется из десятилетия в десятилетие. Вместе с тем сопредседатель центрального штаба Общероссийского народного фронта Е. Цунаева указала, что в 655 городах России отмечается низкая обеспеченность жильем¹. Поэтому обеспечение населения комфортным и доступным жильем на период до 2024 г. является одной из главных

национальных целей развития Российской Федерации.

Вопросу состояния рынка жилой недвижимости посвящено множество научных работ, что доказывает его интерес и актуальность в настоящее время. Среди таких исследований хотелось бы отметить вклад ученых Вологодского научного центра РАН, а именно Т. В. Усковой, А. И. Поваровой, О. Н. Гординой, А. М. Черевко, С. А. Кожевникова, М. А. Печенской, которые рассматривали данный вопрос на региональном уровне [6; 9; 10; 13]. Стоит упомянуть таких отечественных и зарубежных ученых, как А. И. Татаркин, М. А. Родайкина, Б. Б. Хрусталева, В. А. Кудрявцева, А. Я. Бурдяк, Дж. Уилкоккс, С. Розенберг, М. Рубашек, М. Рубио, Г. М. Нгеме, Д. П. Сон, М. К. Хасан, Л. Аньелло, В. Кастро, Р. М. Суза, Т. Джонс, Д. Гацлафф, Г. С. Сирманс, А. Улуц [2; 7; 12; 14; 16–23].

Так, например, А. И. Татаркин и М. А. Родайкина [12] в своей работе выделили главные проблемы, возникающие при реализации мероприятий по обеспечению людей комфортным и доступным жильем, а также предложили рекомендации по повышению его доступности. Б. Б. Хрусталева, И. В. Попова, М. Н. Стрёммин в своем исследовании проанализировали основные показатели рынка жилой недвижимости, на основании которых были выявлены причины отставания регионов от средних показателей по стране [14].

Дж. Уилкоккс [23] изучал рынок жилья и построил индекс настроений при покупке недвижимости (HPSI) на основе ответов потребителей на вопросы об условиях покупки и продажи жилья, о приросте доходов и проблемах с работой, а также ожидаемых ценах на жилье и ставках по ипотеке. С. Розенберг [20] с использованием байесовского подхода структурной векторной авторегрессии исследовал влияние денеж-

¹ Исследование показало, что в большинстве городов РФ не строят жилье. – URL: <https://www.interfax.ru/russia/738837> (дата обращения: 22.01.2021).

но-кредитной политики на стоимость жилья. Так, автор выявил, что изменение процентных ставок оказывает положительное и временное влияние на стоимость недвижимости.

М. Ренигье-Билозор и А. Хмелевская [19] в своем исследовании разработали рейтинговую процедуру для рынков жилой недвижимости, которая помогает принимать надежные решения в строительной деятельности. Результаты показали, что рейтинг рынка недвижимости зависит от ожиданий дальнейшего развития территорий и качества жизни, а не от богатства региона.

Таким образом, особое внимание научного сообщества и государственных органов власти делает данную тему актуальной, что подтверждает необходимость дальнейших исследований, в особенности ключевых аспектов изменений рынка жилья в Российской Федерации.

Цель статьи – исследовать современное состояние рынка жилья в России и выявить его тенденции. Для достижения цели необходимо провести анализ ключевых показателей, характеризующих рынок жилья, а также выявить тенденции состояния рынка жилой недвижимости.

Современное состояние рынка жилой недвижимости

В 2019 г. около 40% российских семей нуждались в повышении качества условий жилья¹. Потребность жителей Российской Федерации в жилье в соответствии с рекомендованным ООН международным стандартом качества недвижимости должна составлять не меньше 30 квадратных метров общей площади на каждого человека. Так, например, в настоящее время Россия по показателю обеспеченности жильем значительно уступает многим развивающимся и развитым странам мира. Для сравнения: в Европе на одного жителя приходится в среднем 30–40 м²; в США и Германии этот показатель равен 70 и 39 м²

соответственно; в Польше – 25 м², тогда как в России – 25,2 м² (данные за 2017 г.)². Необходимо отметить, что Минстрой России до 2030 г. внес в проект стратегии развития строительной отрасли программный документ, в котором представлены задачи по достижению целей, заложенных в нацпроекте «Жилье и городская среда», среди которых – увеличение площади жилья до 30 м² на человека³.

За весь анализируемый период общая площадь жилья, приходящаяся на одного жителя страны, увеличилась на 11%, что связано с ростом общей площади жилых помещений, а также снижением численности населения в сравнении с 2018 г. на 0,1%. Среди федеральных округов наибольший прирост показателя наблюдался в Северо-Западном федеральном округе – 15%, а также Южном федеральном округе – 13%. В таких округах, как ЦФО, СКФО, ПФО, УФО и СФО, площадь жилья увеличилась на 9–11%. Наименьший прирост наблюдался у Дальневосточного федерального округа, с 2014 г. он составил около 7% (табл. 1).

Рассматривая среднюю стоимость строительства одного квадратного метра жилья, необходимо выделить Дальневосточный федеральный округ. Как видно из рис. 1, средние цены на дальневосточном рынке недвижимости значительно отличаются от цен как Российской Федерации, так и федеральных округов. По словам главного научного сотрудника Центра анализа доходов и уровня жизни НИУ ВШЭ Н. Зубаревич, резкий рост цен на Дальнем Востоке связан с низким вводом жилья, что может привести к смещению спроса в сторону вторичного рынка. По мнению эксперта, такие цены представляют собой исключительно ожидания собственников.

¹ В России 40% семей хотят улучшить жилищные условия. – URL: <https://realty.ria.ru/20191212/1562322660.html> (дата обращения: 15.05.2021).

² Жилищный вопрос. – URL: <https://econs.online/articles/details/obespechennost-zhilem-v-raznykh-stranakh/> (дата обращения: 15.05.2021).

³ Жилью описали будущее. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4111714> (дата обращения: 15.05.2021).

**Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя
в Российской Федерации и федеральных округах в 2014–2019 гг.* (в м² на 1 чел.)**

Наименование субъекта	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 к 2014, %
Российская Федерация	23,7	24,4	24,9	25,2	25,8	26,3	110,97
Центральный федеральный округ	25,1	26,1	26,5	26,5	27,0	27,5	109,56
Северо-Западный федеральный округ	24,4	25,7	26,3	27,0	27,5	28,1	115,16
Южный федеральный округ	22,4	22,9	23,4	24,1	24,7	25,4	113,39
Северо-Кавказский федеральный округ	20,0	20,3	20,7	21,0	21,5	21,8	109,00
Приволжский федеральный округ	24,5	25,1	25,6	26,1	26,7	27,3	111,43
Уральский федеральный округ	23,7	24,2	24,6	25,0	25,4	25,9	109,28
Сибирский федеральный округ	22,8	23,3	23,8	24,2	24,6	25,1	110,09
Дальневосточный федеральный округ	22,3	22,6	22,9	23,2	23,4	23,7	106,28

* Источник: URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204>

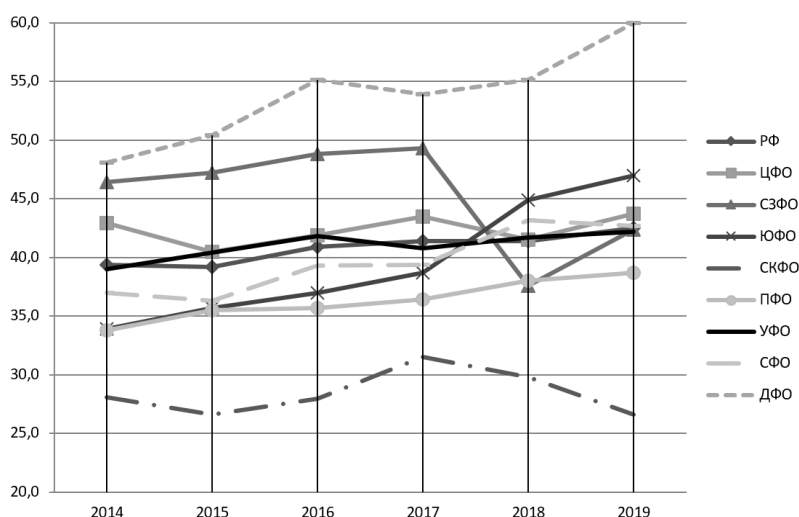


Рис. 1. Средние цены на рынке недвижимости по федеральным округам
в 2014–2019 гг. (в тыс. руб. за 1 м²)

Составлено по данным Федеральной службы государственной статистики.

Н. Зубаревич объясняет, что данная тенденция связана с неразвитостью самого рынка недвижимости в регионах и вместе с тем, по всей видимости, продиктована желанием большинства населения покинуть Дальний Восток, при этом выгодно продать жилье¹. Самый низкий уровень цен за один квадратный метр жилья на конец 2019 г. зафиксирован в Северо-Кавказском федеральном округе. Аналитики объясняют это тем, что на стоимость жилья в этом округе влияют тревожная в плане

безопасности обстановка, а также высокий уровень безработицы, слабо развитая система кредитования и низкий уровень доходов населения². В остальных федеральных округах средние цены варьируются от 30 до 50 тыс. рублей за один квадратный метр недвижимости.

Общая площадь жилых помещений независимо от форм собственности, которая включает в себя жилые дома, квартиры, служебные жилые помещения и т. д., пригодные для проживания, представлена в табл. 2.

¹ Жилье дорожает без спроса. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4187480> (дата обращения: 20.05.2021).

² Острый угол. – URL: <https://rg.ru/2011/03/30/reg-kuban/jilie.html> (дата обращения: 20.05.2021).

Таблица 2

Общая площадь жилых помещений в Российской Федерации и федеральных округах в 2014–2019 гг.* (в млн м²)

Наименование субъекта	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 к 2014, %
Российская Федерация	3 473	3 581	3 653	3 708	3 780	3 857	111,06
Центральный федеральный округ	979	1 022	1 039	1 041	1 063	1 086	110,93
Северо-Западный федеральный округ	338	356	366	376	384	393	116,27
Южный федеральный округ	364	374	384	396	407	418	114,84
Северо-Кавказский федеральный округ	193	198	202	206	212	217	112,44
Приволжский федеральный округ	729	745	759	772	785	800	109,74
Уральский федеральный округ	291	298	304	309	314	321	110,31
Сибирский федеральный округ	393	402	411	417	423	429	109,16
Дальневосточный федеральный округ	185	187	189	190	192	194	104,86

* Источник: URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204>

Общая площадь жилых помещений в целом по стране выросла с 3 473 млн м² в 2014 г. до 3 857 млн м² к 2019 г. При этом в Северо-Западном федеральном округе показатель вырос на 16%. Самый наименьший рост показателя наблюдался в Дальневосточном федеральном округе (около 5%). Основные причины такого медленно-

го роста показателя в ДФО связаны с общим падением покупательной способности населения, а также крайне высокими ценами за один квадратный метр жилья в городах данного округа.

В последние годы отмечалась негативная тенденция ввода в действие жилых домов в Российской Федерации (рис. 2).

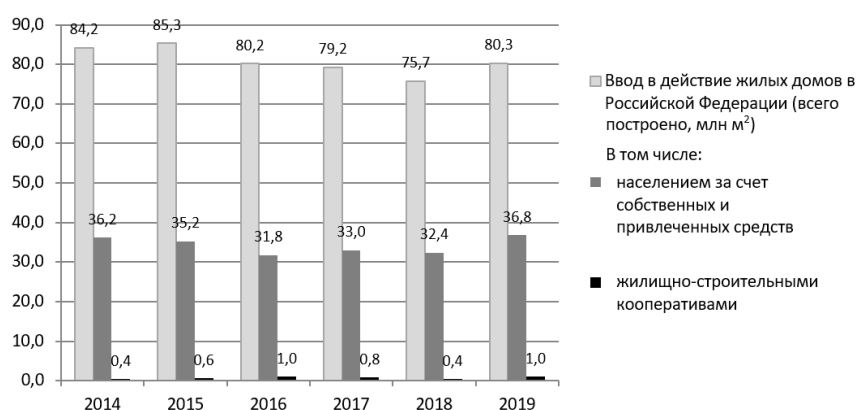


Рис. 2. Динамика ввода в действие жилых домов в Российской Федерации в 2014–2019 гг. (в млн м²)

Составлено по данным Федеральной службы государственной статистики.

По данным Росстата, представленный показатель за весь рассматриваемый период уменьшился почти на 5% и составил 80,3 млн м². При этом с 2018 г. ввод жилых домов увеличился на 6%, однако это меньше рекордных значений, которые показывала строительная отрасль в 2014–2015 гг. Причина такого роста состоит в том, что в 2019 г. ввод жилья вырос в основном за счет индивидуального жилищного строительства (13%). Руководитель аналитического

центра ЦИАН А. Попов отметил, что переход первичного рынка жилья на продажу через эскроу-счета осложнил дальнейший рост ввода жилых домов. Идет стабильное сокращение числа новых жилищных проектов, что может привести к уменьшению активного предложения на рынке жилья¹.

¹ URL: <https://rcmm.ru/novosti/48497-vvod-zhilja-poitogam-2019-goda-vyros-za-schet-individualnogo-zhilischnogo-stroitelstva.html> (дата обращения: 25.05.2021).

В зависимости от покупки жилой недвижимости выделяют рынок первичного и вторичного жилья. Основное отличие первичного рынка недвижимости от вторичного – наименьшая эластичность по цене в краткосрочном периоде, поскольку цена за один квадратный метр жилья зависит от выполненных расходов на его строительство. В большинстве случаев изменения цен на недвижимость связаны со спросом. На стоимость недвижимости влияют разнообразные условия и факторы, кото-

рые можно подразделить на следующие уровни: общие (зависит от ситуации в стране), локальные (зависит от регионального и территориального местоположения объекта недвижимости) и индивидуальные (свойственны определенным объектам недвижимости) [1].

В связи с существующей классификацией недвижимости от экономического класса до элитного предложения на первичном и вторичном рынках жилья имеется широкий ценовой диапазон (табл. 3).

Т а б л и ц а 3

Средние цены на первичном и вторичном рынке жилья в Российской Федерации в 2014–2019 гг.* (в тыс. руб. за 1 м²)

Наименование показателя	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 к 2014, %
<i>Первичный рынок</i>							
Все квартиры	51 714	51 530	53 287	56 882	61 832	64 059	123,87
В том числе:							
квартиры среднего качества (типовые)	49 189	51 370	55 189	56 609	56 280	61 228	124,47
квартиры улучшенного качества	50 906	49 266	48 675	52 896	60 141	59 097	116,09
элитные квартиры	80 804	87 019	95 937	104 414	131 820	157 273	194,64
<i>Вторичный рынок</i>							
Все квартиры	58 085	56 283	53 983	52 350	54 924	58 528	100,76
В том числе:							
квартиры низкого качества	51 584	49 769	45 149	42 486	47 050	49 122	95,23
квартиры среднего качества (типовые)	52 664	51 574	49 359	48 159	51 157	53 864	102,28
квартиры улучшенного качества	62 288	60 347	59 051	57 673	59 248	63 117	101,33
элитные квартиры	99 261	85 084	75 256	75 032	78 245	84 334	84,96

* Составлено по данным Федеральной службы государственной статистики.

Анализируя общую цену всех квартир на первичном рынке жилья, можно сказать, что в целом она выросла на 24%, тогда как на вторичном рынке жилья увеличилась лишь на 1%. Рассматривая рынок первичного жилья, отметим, что ценовая динамика у всех типов квартир увеличилась. Отдельно отметим элитные квартиры, стоимость которых значительно повлияла на общий рост цен на недвижимость. Ситуация на вторичном рынке жилья существенно отличается от первичного. Так, квартиры низкого качества и элитные квартиры и вовсе имели отрицательную ценовую тенденцию, а цены на квартиры среднего и улучшенного качества увели-

чились незначительно. Стоит отметить, что до 2016 г. средняя стоимость за один квадратный метр площади на вторичном рынке жилья была выше, чем на первичном, далее картина перевернулась. Причиной этого стало изменение ставок по кредиту, так как ранее ставки на вторичном рынке были ниже (12% годовых против 14%), затем условия уравнились. Еще одной из причин является устаревание жилищного фонда, что также значительно влияет на стоимость жилья [5].

В последнее время в Российской Федерации застройщики отдают предпочтение строительству однокомнатных квартир (табл. 4).

**Число построенных квартир в Российской Федерации
и их средний размер в 2014–2019 гг.***

Наименование показателя	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 к 2014, %
Число квартир – всего, тыс.	1 124	1 195	1 167	1 139	1 076	1 120	99,64
Их средний размер, м ² общей площади	74,9	71,4	68,7	69,6	70,3	73,2	97,73
Из них по видам квартир, в % от общего ввода:							
однокомнатные	41	43	46	46	47	46	112,20
двухкомнатные	31	30	29	29	29	28	90,32
трехкомнатные	19	18	17	16	16	16	84,21
четырёхкомнатные и более	9	9	8	9	8	10	111,11
Индивидуальное жилищное строительство							
Число квартир, тыс.	268	272	251	244	233	277	103,36
Их средний размер, м ² общей площади	135,2	129,6	126,7	135,1	139,1	138,8	102,66
Жилищно-строительные кооперативы							
Число квартир, тыс.	7	11	18	13	7	17	242,86
Их средний размер, м ² общей площади	56,3	54,9	55,4	61,3	57,5	58,4	103,73

* Составлено по данным Федеральной службы государственной статистики.

Всего в 2019 г. было построено 1 120 тыс. квартир, что на 4 тыс. квартир меньше по сравнению с 2014 г. Средний размер квартиры составил 73,2 м². Наибольший удельный вес в объеме жилищного строительства занимают однокомнатные квартиры. За весь рассматриваемый период их доля составила более 40%, на втором месте по значимости – двухкомнатные квартиры (более 28%). Трехкомнатные и четырехкомнатные квартиры заняли менее 20% от общего ввода. Причиной востребованности однокомнатных квартир является их стоимость. Чаще такой тип квартиры покупают молодые семьи и родители для детей-студентов, а также инвесторы, которые приобретают их для сдачи в аренду. По мнению директора Института региональных исследований и городского планирования И. Ильиной, «по международным стандартам в квартире должно быть на одну комнату больше, чем жильцов, три комнаты на двух человек, четыре на трех и так далее. В России этот норматив, конечно, не соблюдается»¹.

Обращая внимание на индивидуальное жилищное строительство (ИЖС), отметим

его положительную тенденцию с 2014 по 2019 г. (рост около 4%). Средний размер домов составил более 138 м². Число квартир, построенных жилищно-строительными кооперативами, к концу 2019 г. насчитывало 17 тыс., что в 2,5 раза больше, чем в 2014 г. Средний размер таких квартир – 58,4 м².

В связи с популярностью ИЖС малоэтажное строительство в Российской Федерации становится одним из актуальных и потенциальных направлений в строительной отрасли. Напомним, что малоэтажное строительство представляет собой дома с количеством этажей не более четырех, а также индивидуальный жилой дом.

Как видно из рис. 3, с 2015 по 2018 г. преобладало многоэтажное строительство, однако в 2019 г. наблюдалось преобладание малоэтажного строительства. Это вызвано главным образом высокими ценами на земельные участки (особенно в центральной части города), строительные материалы, что привело к росту цен на многоэтажное жилье, делая его менее ликвидным [8].

Преимущества малоэтажного жилья заключаются в скорости возведения и ценовой доступности. Так, правительство Российской Федерации заявляет, что следует

¹ URL: <https://rg.ru/2020/11/29/v-rossii-stroitsia-vse-bolshe-kompaktnyh-kvartir.html> (дата обращения: 27.05.2021).

строить от 500 тыс. до 1 млн в год индивидуальных домов, ежегодный объем и доля которых должна быть не менее 70 млн м² и 70% соответственно [11].

С повышением цен на недвижимость приобретение квартиры для населения становится все более затруднительным, что не снижает актуальность ипотечного жилищного кредитования.

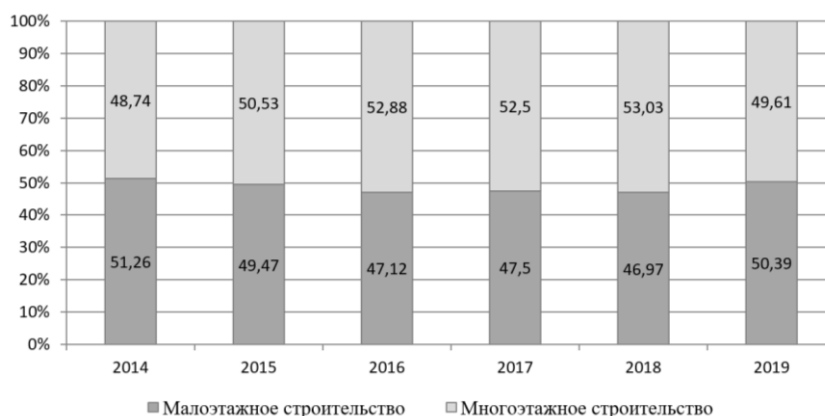


Рис. 3. Соотношение доли малоэтажного и многоэтажного строительства в России за 2014–2019 гг.

Составлено по данным Федеральной службы государственной статистики.

Официальные статистические данные Центрального банка (рис. 4) показывают, что в 2019 г. было выдано 1,3 млн ипотечных кредитов на сумму 2,8 трлн рублей, что на 85% больше по сравнению с 2015 г. Такой рост был достигнут за счет уменьшения ставки по кредиту и запуска льготных ипотечных программ для приобретения недвижимости [3].

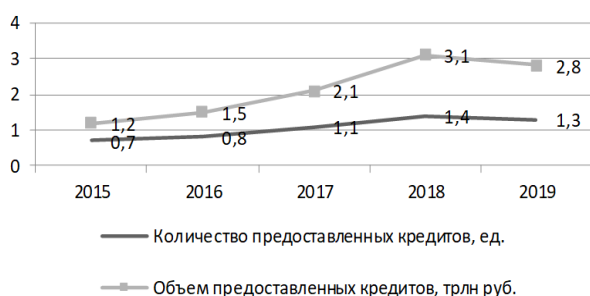


Рис. 4. Динамика количества и объема предоставленных ипотечных кредитов в России за 2014–2019 гг.

Составлено по данным Банка России.

В 2020 г. в связи с пандемией коронавируса главным драйвером для поддержания рынка недвижимости стала государственная

программа льготной ипотеки под 6,5% годовых¹, что позволило увеличить количество выданных ипотечных кредитов и поддержать строительную отрасль [15].

Проблема аварийного жилья в Российской Федерации по-прежнему остается очень актуальной (рис. 5).

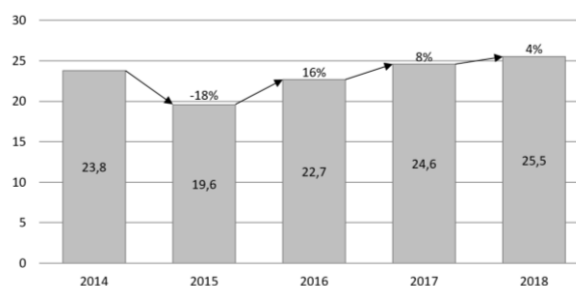


Рис. 5. Динамика объема аварийного жилищного фонда в России за 2014–2018 гг. (в млн м²)

Составлено по данным Федеральной службы государственной статистики.

Нужно отметить, что начиная с 2015 г. объем аварийного жилья ежегодно увели-

¹ URL: https://www.ng.ru/economics/2020-12-08/4_8034_mortgage.html (дата обращения: 05.06.2021).

чивается. По последним данным этот показатель составляет 25,5 млн м². В действительности, по оценкам специалистов, эти цифры могут быть намного выше. Как утверждает исполнительный директор НП «Национальный центр общественного контроля в сфере жилищно-коммунального хозяйства» С. Разворотнева, объем аварийного жилья до сих пор неясен, поскольку большое количество домов, являющихся аварийными, такими не признаны¹.

Правительство Российской Федерации вплоть до 2024 г. предусмотрело улучшение жилищных условий по всей стране не менее 5 млн семей в год. Стоит напомнить, что переселение жителей из аварийного жилья выполняется в рамках национального проекта «Жилье и городская среда», исходя из которого в ближайшие несколько лет необходимо расселить 530 тыс. человек, проживающих в аварийных домах². Совладелец группы «Родина» В. Щекин отмечает, что в стране нужно решать проблему аварийного жилья и наращивать объем ипотечного кредитования³.

Заключение

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что развитие рынка недвижимости в России в 2014–2019 гг. сопряжено с действием целого перечня негативных тенденций, таких как:

- низкий уровень обеспеченности жильем в среднем на одного человека в сравнении с зарубежными странами (39 м² и 70 м² в Германии и США против 25,2 м² в России);
- сокращение ввода в действие жилых домов за весь период на 5%;
- большая площадь аварийного жилищного фонда (более 25 млн м² за 2018 г.);

- рост средних цен на жилье (на первичном рынке жилья – на 24%, на вторичном рынке – на 1%).

Строительные компании не могут принять новые условия работы (эскроу-счета), а банки становятся еще одним регулятором рынка недвижимости. Если строительные компании не смогут адаптироваться к новым условиям, это сильно повлияет на рынок недвижимости.

Исходя из сказанного можно предположить, что цены на первичном рынке жилья будут увеличиваться, а ввод жилой недвижимости сократится, что будет способствовать уменьшению предложений на рынке первичного жилья. В результате спрос населения на индивидуальное жилищное строительство и на рынок вторичного жилья будет расти.

Используемые органами власти финансовые инструменты, предлагаемые федеральной программой «Жилище», а также несколько государственных программ для приобретения жилья под более низкий процент смогут поддержать рынок строительной недвижимости, однако этого мало. Необходимо оказывать меры поддержки и застройщикам.

Возможные пути поддержания рынка жилой недвижимости:

- выкуп нераспроданных квартир государственными компаниями у застройщиков, что позволит им завершить строительство объекта и приступить к новому;
- поэтапное раскрытие эскроу-счетов. Благодаря такому изменению в законе застройщик сможет поэтапно получать финансовые ресурсы до конца завершения строительства, что будет способствовать сохранению цен на рынке жилой недвижимости;
- переход на онлайн-продажи недвижимости, что сократит время оформления сделки и поможет застройщику сократить расходы за счет оптимизации процессов.

Данные рекомендации могут быть учтены органами власти при принятии управленческих решений.

¹ URL: <https://www.vologda.kp.ru/daily/26897.7/3941591/> (дата обращения: 10.06.2021).

² URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4499798> (дата обращения: 10.06.2021).

³ URL: https://www.ng.ru/economics/2020-10-01/4_7979_construction.html (дата обращения: 10.06.2021).

Список литературы

1. *Абрамова Н. Ю.* Основные тенденции и перспективы развития рынка жилья в Чувашской Республике // Вестник Российского университета кооперации. – 2018. – № 3 (33). – С. 4–10.
2. *Бурдяк А. Я.* Доступность приобретения жилья в регионах России: динамика и факторы роста // Уровень жизни населения регионов России. – 2012. – № 4 (170). – С. 126–137.
3. *Волков А. А.* Ипотечное кредитование: сущность, функции и классификация // Вестник Академии знаний. – 2020. – № 3 (38). – С. 324–334.
4. *Гнездилов Е. А., Маннапова А. Н.* Строительство жилья – основа обеспечения социальной стабильности в регионе // Фундаментальные исследования. – 2018. – № 12-2. – С. 234–239.
5. *Клочкова Е. Н., Толстякова М. А.* Рынок жилой недвижимости: тенденции и перспективы // Статистика и Экономика. – 2019. – Т. 16. – № 3. – С. 24–33.
6. *Кожевников С. А.* Жилищная проблема в современной России и пути ее решения в рамках нацпроекта «Жилье и городская среда» // Вестник Челябинского государственного университета. – 2019. – № 11 (433). – С. 71–81.
7. *Кудрявцева В. А.* Оценка состояния и развития сектора жилищного строительства // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. – 2017. – Т. 7. – № 1 (20). – С. 45–52.
8. *Мухаев А. И., Попова И. В., Дедичкина Ю. В.* Анализ современного состояния и перспектив развития жилищного строительства в Российской Федерации // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3. – С. 332.
9. *Печенская М. А., Ильинский Д. Г.* Региональные жилищные строительные сбережения как инструмент повышения доступности жилья для населения // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2017. – Т. 10. – № 6 (54). – С. 192–206.
10. *Поварова А. И., Гордина О. Н., Ускова Т. В., Черевко А. М.* Жилищное строительство в регионе: проблемы и пути их решения // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2009. – № 2 (6). – С. 77–88.
11. *Сидельников А. Г., Чурута Е. С.* Малоэтажное строительство – перспективы развития в России // Дальний Восток: проблемы развития архитектурно-строительного комплекса. – 2019. – Т. 1. – № 2. – С. 485–490.
12. *Татаркин А. И., Родайкина М. А.* Проблемы и перспективы развития жилищного строительства в Свердловской области // Экономика региона. – 2007. – № 1 (9). – С. 22–28.
13. *Ускова Т. В., Гордина О. Н.* Пути решения жилищной проблемы в регионе // Проблемы развития территории. – 2010. – № 2 (50). – С. 14–22.
14. *Хрусталева Б. Б., Попова И. В., Стрёмин М. Н.* Исследование состояния и перспективы развития рынка жилищного строительства в регионах Приволжского федерального округа // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1. – С. 733.
15. *Шукин А.* Мастер-класс от застройщиков «Как заработать на господомощи» // Эксперт. – 2020. – № 46. – С. 22–25.
16. *Agnello L., Castro V., Sousa R. M.* The Housing Cycle: What Role for Mortgage Market Development and Housing Finance? // The Journal of Real Estate Finance and Economics. – 2020. – Vol. 61 (3). – P. 607–670.
17. *Jones T., Gatzlaff D., Sirmans G. S.* Housing Market Dynamics: Disequilibrium, Mortgage Default, and Reverse Mortgages // The Journal of Real Estate Finance and Economics. – 2016. – Vol. 53 (3). – P. 269–281.

18. Ngene G. M., Sohn D. P., Hassan M. K. Time-Varying and Spatial Herding Behavior in the US Housing Market: Evidence from Direct Housing Prices // *The Journal of Real Estate Finance and Economics*. – 2017. – Vol. 54 (4). – P. 482–514.
19. Renigier-Bilozor M., Chmielewska A. A Rating System for the Real Estate Market // *Argumenta Oeconomica*. – 2019. – Vol. 2 (43). – P. 427–458.
20. Rosenberg S. Conventional and Unconventional Monetary Policies: Effects on the Finnish Housing Market // *Baltic Journal of Economics*. – 2020. – Vol. 20 (2). – P. 170–186.
21. Rubaszek M., Rubio M. Does the Rental Housing Market Stabilize the Economy? A Micro and Macro Perspective // *Empirical Economics*. – 2020. – Vol. 59 (1). – P. 233–257.
22. Uluc A. Stabilising House Prices: the Role of Housing Futures Trading // *The Journal of Real Estate Finance and Economics*. – 2018. – Vol. 56. – P. 587–621.
23. Wilcox J. The Home Purchase Sentiment Index: A New Housing Indicator // *Business Economics*. – 2015. – Vol. 50 (4). – P. 178–190.

References

1. Abramova N. Yu. Osnovnye tendentsii i perspektivy razvitiya rynka zhilya v Chuvashskoy Respublike [Main Trends and Prospects of Housing Market Development in the Chuvash Republic]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta kooperatsii* [Bulletin of the Russian University of Cooperation], 2018, No. 3 (33), pp. 4–10. (In Russ.).
2. Burdyak A. Ya. Dostupnost priobreteniya zhilya v regionakh Rossii: dinamika i faktory rosta [Affordability of Housing Purchase in the Regions of Russia: Dynamics and Growth Factors]. *Uroven zhizni naseleniya regionov Rossii* [Standard of Living of the Population of the Regions of Russia], 2012, No. 4 (170), pp. 126–137. (In Russ.).
3. Volkov A. A. Ipotechnoe kreditovanie: sushchnost, funktsii i klassifikatsiya [Mortgage Lending: the Essence, Functions and Classification]. *Vestnik Akademii znaniy* [Bulletin of the Academy of Knowledge], 2020, No. 3 (38), pp. 324–334. (In Russ.).
4. Gnezdilov E. A., Mannapova A. N. Stroitelstvo zhilya – osnova obespecheniya sotsialnoy stabilnosti v regione [Housing Construction – the Basis for Ensuring Social Stability in the Region]. *Fundamentalnye issledovaniya* [Fundamental Research], 2018, No. 12-2, pp. 234–239. (In Russ.).
5. Klochkova E. N., Tolstyakova M. A. Rynok zhiloy nedvizhimosti: tendentsii i perspektivy [Residential Real Estate Market: Trends and Prospects]. *Statistika i Ekonomika* [Statistics and Economics], 2019, Vol. 16, No. 3, pp. 24–33. (In Russ.).
6. Kozhevnikov S. A. Zhilishchnaya problema v sovremennoy Rossii i puti ee resheniya v ramkakh natsproekta «Zhile i gorodskaya sreda» [Housing Problem in Modern Russia and Ways to Solve it Within the Framework of the National Project "Housing and Urban Environment"]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk State University], 2019, No. 11 (433), pp. 71–81. (In Russ.).
7. Kudryavtseva V. A. Otsenka sostoyaniya i razvitiya sektora zhilishchnogo stroitelstva [Assessment of the State and Development of the Housing Construction Sector]. *Izvestiya vuzov. Investitsii. Stroitelstvo. Nedvizhimost* [Izvestiya vuzov. Investment. Construction. Realty], 2017, Vol. 7, No. 1 (20), pp. 45–52. (In Russ.).
8. Mukhaev A. I., Popova I. V., Dedichkina Yu. V. Analiz sovremennogo sostoyaniya i perspektiv razvitiya zhilishchnogo stroitelstva v Rossiyskoy Federatsii [Analysis of the Current State and Prospects of Housing Construction Development in the Russian Federation].

Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya [Modern Problems of Science and Education], 2014, No. 3, p. 332. (In Russ.).

9. Pechenskaya M. A., Ilinskiy D. G. Regionalnye zhilishchnye stroitelnye sberezheniya kak instrument povysheniya dostupnosti zhilya dlya naseleniya [Regional Housing Construction Savings as a Tool for Increasing Housing Affordability for the Population]. *Ekonomicheskie i sotsialnye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast], 2017, Vol. 10, No. 6 (54), pp. 192–206. (In Russ.).

10. Povarova A. I., Gordina O. N., Uskova T. V., Cherevko A. M. Zhilishchnoe stroitelstvo v regione: problemy i puti ikh resheniya [Housing Construction in the Region: Problems and Ways to Solve Them]. *Ekonomicheskie i sotsialnye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast], 2009, No. 2 (6), pp. 77–88. (In Russ.).

11. Sidelnikov A. G., Churuta E. S. Maloetazhnoe stroitelstvo – perspektivy razvitiya v Rossii [Low-Rise Construction-Prospects for Development in Russia]. *Dalniy Vostok: problemy razvitiya arkhitekturno-stroitel'nogo kompleksa* [Far East: Problems of Development of the Architectural and Construction Complex], 2019, Vol. 1, No. 2, pp. 485–490. (In Russ.).

12. Tatarin A. I., Rodaykina M. A. Problemy i perspektivy razvitiya zhilishchnogo stroitelstva v Sverdlovskoy oblasti [Problems and Prospects of Housing Construction Development in the Sverdlovsk Region]. *Ekonomika regiona* [The Economy of the Region], 2007, No. 1 (9), pp. 22–28. (In Russ.).

13. Uskova T. V., Gordina O. N. Puti resheniya zhilishchnoy problemy v regione [Ways to Solve the Housing Problem in the Region]. *Problemy razvitiya territorii* [Problems of Territory Development], 2010, No. 2 (50), pp. 14–22. (In Russ.).

14. Khrustalev B. B., Popova I. V., Stremin M. N. Issledovanie sostoyaniya i perspektivy razvitiya rynka zhilishchnogo stroitelstva v regionakh Privolzhskogo federal'nogo okruga [Research of the State and Prospects of Development of the Housing Construction Market in the Regions of the Volga Federal District]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya* [Modern Problems of Science and Education], 2015, No. 1-1, p. 733. (In Russ.).

15. Shchukin A. Master-klass ot zastroyshchikov «Kak zarabotat na gospomoshchi» [Master Class from Developers "How to Make Money on State Aid"]. *Ekspert* [Expert], 2020, No. 46, pp. 22–25. (In Russ.).

16. Agnello L., Castro V., Sousa R. M. The Housing Cycle: What Role for Mortgage Market Development and Housing Finance? *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 2020, Vol. 61 (3), pp. 607–670.

17. Jones T., Gatzlaff D., Sirmans G. S. Housing Market Dynamics: Disequilibrium, Mortgage Default, and Reverse Mortgages. *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 2016, Vol. 53 (3), pp. 269–281.

18. Ngene G. M., Sohn D. P., Hassan M. K. Time-Varying and Spatial Herding Behavior in the US Housing Market: Evidence from Direct Housing Prices. *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 2017, Vol. 54 (4), pp. 482–514.

19. Renigier-Bilozor M., Chmielewska A. A Rating System for the Real Estate Market. *Argumenta Oeconomica*, 2019, Vol. 2 (43), pp. 427–458.

20. Rosenberg S. Conventional and Unconventional Monetary Policies: Effects on the Finnish Housing Market. *Baltic Journal of Economics*, 2020, Vol. 20 (2), pp. 170–186.

21. Rubaszek M., Rubio M. Does the Rental Housing Market Stabilize the Economy? A Micro and Macro Perspective. *Empirical Economics*, 2020, Vol. 59 (1), pp. 233–257.

22. Uluc A. Stabilising House Prices: the Role of Housing Futures Trading. *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 2018, Vol. 56, pp. 587–621.
23. Wilcox J. The Home Purchase Sentiment Index: A New Housing Indicator. *Business Economics*, 2015, Vol. 50 (4), pp. 178–190.

Сведения об авторе

Анатолий Анатольевич Волков
инженер-исследователь ФГБУН ВолНЦ РАН.
Адрес: Федеральное государственное
бюджетное учреждение науки «Вологодский
научный центр Российской академии наук»,
160014, Вологда, ул. Горького, д. 56а.
E-mail: aa.volkov95@mail.ru

Information about the author

Anatoly A. Volkov
Research Engineer of the Vologda scientific
center of the Russian Academy of Sciences.
Address: Vologda scientific center of the Russian
Academy of Sciences, 56a Gorky Str., Vologda,
160014, Russian Federation.
E-mail: aa.volkov95@mail.ru

МИКРОКОСМ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ РОССИИ

Н. А. Зацарная

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В статье проведен анализ трактовки категории «экосистема» как формы взаимодействия в экономике. Обозначены недостатки существующих определений термина, определена наиболее обоснованная для целей настоящего исследования трактовка категории «экосистема». Введен и определен термин «микрокосм экологического налогообложения». Описаны общие черты и отличия, структура, элементы и внутреннее устройство экосистемы и микрокосма. Автором отмечено стратегическое значение экосистемного подхода с позиции возможности эволюции ценности (основной идеи) экосистемы (микрокосма) в условиях нестабильности, определено место микрокосма экологического налогообложения в экономической системе России. Основная роль в рассматриваемом микрокосме отводится не экономическим субъектам и администрирующим агентствам, а объединяющей их сети взаимосвязей, инструментов и рычагов управления. Показаны формы взаимодействия его акторов – лиц, объединенных причастностью к уплате экологических налогов (выгодоприобретателей, плательщиков и носителей экологических налогов). Введено понятие и дано определение кластера как объединения, лежащего в основе микрокосма. Кластер представляется сложным объединением простых субъектов экономических отношений, функционирующих в схожих социально-демографических, климатических и природно-ресурсных условиях. Проиллюстрировано строение кластера как элемента структуры микрокосма экологического налогообложения. Обоснована возможность использования микрокосма экологического налогообложения как инструмента управления для целей обеспечения экологической безопасности страны.

Ключевые слова: экосистемный подход, экосистема налогообложения, кластер, налоговые инструменты, экологические налоги России.

MICROCOSM OF ECOLOGIC TAXATION IN RUSSIA

Nadezhda A. Zatsarnaya

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

The article analyzes wordings of the category 'ecosystem' as a form of interaction in economics. Drawbacks of the current definitions of the term were identified and the wording of the category 'ecosystem', which is the most substantiated for the present research, was presented. The term 'microcosm of ecologic taxation' was introduced and defined. Common features and differences, the structure, elements and the internal set-up of the ecosystem and microcosm were described. The author underlined the strategic importance of the ecosystem approach in view of possible evolution of the ecosystem (microcosm) value (principle idea) in conditions of instability, the place of microcosm of ecologic taxation was identified in the economic system of Russia. The key part in microcosm being studied is assigned not to economic entities and administrative agents but to the network of interrelations, tools and control levers integrating them. The forms of its actors' interaction are shown, i. e. persons united by their involvement in ecologic tax payment (beneficiaries, tax payers and bearers). The idea and definition of the cluster as an association underlying microcosm were given. The cluster was shown as a complicated association of simple entities of economic relations, working in similar social-demographic, climatic and natural-resource conditions. The cluster structure was depicted as an element of the structure of ecologic taxation microcosm. The article substantiated the possibility to use microcosm of ecologic taxation as a management tool aimed at providing ecologic security of the country.

Keywords: ecosystem approach, ecosystem of taxation, tax tools, cluster, ecologic taxes in Russia.

Введение

Обеспечение экологической безопасности является приоритетной целью развития Российского государства, что подтверждается перечнем национальных целей и стратегических задач развития страны¹, а также положениями Стратегии экологической безопасности Российской Федерации до 2025 года. Государственная политика в этой области устанавливает своим ориентиром решение социально-экономических задач, обеспечивающих низкоуглеродное устойчивое развитие, сохранение благоприятной окружающей среды, биологического разнообразия и природных ресурсов². Одним из ключевых инструментов решения этих задач является налоговая политика. Воздействуя на процесс и результаты финансово-хозяйственной деятельности экономических субъектов при помощи налоговых инструментов [6], государство ожидает получить положительные изменения характеристик окружающей среды на территориях функционирования плательщиков экологических налогов. Создание условий для эффективного использования налоговых инструментов и получения объективных оценок прогнозирования результатов их применения может быть основано на экосистемном подходе, получившем в последнее время широкое распространение при решении экономических задач.

Экосистема (микрососм) как форма взаимодействия в экономике

В последние годы в научной литературе заметно вырос интерес к экосистемному подходу как одному из прогрессивных способов организации экономической дея-

тельности. Исследованием разных его аспектов занимались такие ученые и исследователи, как Б. Банзрагч [1], В. В. Борисова [2], С. Н. Гаврилов, С. И. Володина [3], О. А. Жданова [5], М. Н. Иванович [7], Г. Б. Клейнер, М. А. Рыбачук, В. А. Карпинская [10], Д. Е. Конюшков [11], Т. Ю. Полховская [12], Р. Д. Сердюков [13], Е. В. Шкарупета, Д. Н. Бачурин [18] и др.

Апогей популярности данного подхода в экономико-управленческих исследованиях приходится на финансовый сектор, в котором возникновение экосистем часто ассоциируется с созданием финансовых технологий (финтех), инвестиционных площадок и инновационных платформ. Их функционирование базируется на средствах и инструментах связи и взаимодействия хозяйствующих субъектов, которые в основе своей являются и экономическими субъектами (лиц, принимающих решения (ЛПР), и лиц, не принимающих решения (ЛНПР), в рамках и для целей развития экосистемы).

Несмотря на существование в научной литературе значительного числа определений понятия «экосистема», общепринятая трактовка данного термина с позиции финансово-экономических отношений еще не определена. В ходе библиографического анализа были выявлены разные подходы к пониманию сущности экосистемного подхода и разные трактовки данного термина.

Так, например, по мнению О. А. Ждановой, экосистема – это среда, обеспечивающая условия для развития составляющих ее субъектов «посредством расширения спектра предоставляемых услуг, повышения их качества, надежности и доступности... устранения или снижения территориальных барьеров, управления рисками и улучшения аналитических процедур» [4. – С. 123]. Данное определение не содержит в себе указания на существенные признаки термина. Экосистема в данном случае идентифицируется как некая совокупность условий, обеспечивающих наличие благоприятных обстоя-

¹ См.: О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года : Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204.

² См.: Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года (разработан Минэкономразвития России в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года № 596 «О долгосрочной государственной экономической политике»).

тельств для развития субъектов, которые, объединяясь, сами создают эти условия. В данном случае понятие становится синонимичным некому классу организаций и общественных явлений. Это определение не может быть использовано при проведении исследования.

В свою очередь Л. А. Раменская предлагает понимать суть экосистемы как объекта экономико-управленческих исследований, состоящего из «экзогенно заданных компонентов окружающей среды и агентов (акторов), эндогенно действующих совместно как система, получая при этом выгоды от взаимосвязи» [14. – С. 71]. Такая трактовка объясняет внутреннее устройство рассматриваемой категории до объекта исследования, но не определяет признаки, отличающие экосистему от других систем.

По мнению О. Ю. Свиридова и И. В. Некрасовой, экосистема представляет собой совокупность разномасштабных и разнопрофильных элементов, которые «образуют между собой устойчивые связи, поддерживают и дополняют друг друга», каждый из которых отвечает за состояние экосистемы [16. – С. 198]. Данная формулировка также не содержит в себе достаточной совокупности признаков для того, чтобы отличить это понятие от других понятий.

Наиболее обоснованной является трактовка, предложенная доктором экономических наук, профессором, членом-корреспондентом РАН, действительным членом РАЕН Георгием Борисовичем Клейнером, определяющим экосистему как «пространственно-локализованный комплекс неконтролируемых иерархических организаций, бизнес-процессов, инновационных проектов и инфраструктурных систем, взаимодействующих между собой в ходе создания и обращения материальных и символических благ и ценностей, способный к длительному самостоятельному функционированию за счет кругооборота указанных благ и систем» [10. – С. 3]. Данная трактовка отождествля-

ет экосистему с системой входящих в нее элементов, объединенных разной степенью взаимного дополнения, функционирующих в общей для них среде, и позволяет выделить несколько отличительных особенностей экосистем по сравнению с другими социально-экономическими системами:

1. Существование их в пределах определенного региона (регион в данном случае – это одинаковое по экономическим, природным, ресурсно-сырьевым условиям жизни и ведения бизнеса территориально-политическое объединение нескольких однородных элементов. Такое объединение может не совпадать с границами субъектов Федерации).

2. Внутренняя целостность, тесные связи между компонентами и участниками экосистемы.

3. Способность к автономному самовоспроизводству экосистемы и ее основных компонентов. Саморазвитие за счет использования ресурсов внешней среды для целей внутрисистемного отбора.

4. Замкнутость экосистемы.

5. Высокая проницаемость границ экосистемы (тесная связь внутренней среды экосистемы с окружающей ее средой, адаптация ко множеству экзо- и эндогенных факторов).

6. Системная неиерархическая координация участников [9].

В основе экосистемы лежат устойчивые взаимно интересные отношения, имеющие своей конечной целью достижение положительного синергетического эффекта. В этой связи важными особенностями экосистемы следует также считать:

1. Наличие механизмов установления ролей, исполняемых ЛПР, как основы функционирования экосистемы.

2. Наличие внутренней структуры ценностей экосистемы.

Если рассматривать экономические экосистемы как адаптивные системы, то одним из преимуществ применения такого подхода является самостоятельное распространение идей и изменение поведения

входящих в них экономических субъектов. В сущности, это означает, что лидер экосистемы может влиять на конечные результаты осуществления деятельности отдельных экономических субъектов, понимая правила их поведения и изменяя или сами правила, или обстоятельства, в которых данные правила работают.

Универсальными рычагами управления можно считать:

- развитие способности ЛПР, входящих в экосистему, контактировать и взаимодействовать друг с другом;
- доведение до максимума разнообразия идей, продуцируемых в результате таких контактов;
- увеличение количества таких контактов.

Как и в биологии, где рост числа особей в популяции увеличивает шансы выживания всего вида, так и в экономике разнообразие создает жизнеспособность: при изменении среды у существующих в ней субъектов расширяется спектр реакций. Изменение параметров экосистемы, в отличие от любых других систем, позволяет ее ЛПР одновременно изменять как разнообразие, так и частоту взаимодействия между собой и с другими элементами.

Экосистемный подход к развитию экономики считается инновационным. Если инновация – это связь несопоставимых идей, то нужно начать с множества идей, а идеи могут приходить отовсюду. Горизонтальные коммуникации – один из лучших способов приобретения информации, обучения и понимания. Разные ЛПР делают одно и то же, но совершают разные тактические ходы, поэтому добиваются разных результатов.

Что бы ни связывала экосистема: людей, подразделения или игроков рынка – ею движут восприятие и распространение информации.

Экосистема (микрокосм) является открытой системой и характеризуется наличием более или менее свободных входящих и исходящих потоков ресурсов и действующих в ней лиц. При этом основная

роль в построении и обеспечении жизнедеятельности экосистемы отводится не взаимосвязанным элементам системы – экономическим субъектам и администрирующим агентам, а объединяющей их сети взаимосвязей, инструментов и общественно-экономических явлений, обеспечивающих выполнение отдельными элементами экосистемы их ролей.

В рамках экосистемного подхода стратегия становится не длительным планом действий, а эволюцией основной идеи в постоянно меняющихся обстоятельствах. Стратегия экосистемы реализуется ради достижения результата, заложенного в ее идее.

Таким образом, основными элементами, образующими экосистему и являющимися основой ее появления, можно считать:

- ценность – главную объединяющую остальные элементы идею, квинтэссенцию;
- лидера (ЛПР, от решений которого зависят решения всех других субъектов экосистемы);
- связанных с лидером зависимых лиц, принимающих и не принимающих решения;
- процессы, отношения, связующие инструменты;
- окружающую ЛПР среду, среду функционирования, состоящую из лиц, связанных с действующими единицами экосистемы, но не принимающих решения, которые могут повлиять на ценности экосистемы.

Микрокосм экологического налогообложения в России

Синонимичным, но не идентичным понятию «экосистема» является термин «микрокосм». Отличие заключается в том, что микрокосм не является самодостаточным и саморегулируемым: если лидер микрокосма прекратит регулировать условия и поддерживать характеристики среды, микрокосм разрушится, при этом лидер микрокосма, в отличие от лидера экосистемы, оставаясь его частью, существует

и функционирует вне системы микрокосма.

Следует отметить, что система экологических налогов с позиции экосистемного подхода не является самодостаточной и саморазвивающейся. Условия функционирования и ресурсы, за счет которых живет экосистема, генерируются во внешней среде и не остаются в системе после «переработки». Сама по себе система экологического налогообложения не генерирует финансовые потоки и склонна к разрушению в отсутствие внешнего (государственного) регулирования. Таким образом, можно говорить о несоответствии характеристике самодостаточности и уместности употребления термина «микрокосм экологического налогообложения». Он может быть определен как самоорганизующееся и саморегулирующееся посредством налоговых инструментов единство экономических субъектов (лиц, принимающих решения) и агентов (лиц, не принимающих решения, но обеспечивающих выполнение экономическими субъектами их функций), находящихся в относительно замкнутых, стабильных в пространстве и времени отношениях, основанных на возникновении и исполнении обязанности по уплате налогов и образующих систему обмена финансовыми и нефинансовыми ресурсами в условиях среды, функционирование которой обеспечено совокупностью объединений экономических субъектов, обслуживающих структур и институтов, созданных ради управления экологической безопасностью регионов, сохранения и максимизации их финансовых ресурсов.

Выделение микрокосмов в отдельный от любых других систем объект изучения основано на рассмотрении их элементов как части окружающей среды. В этой связи состав элементов микрокосма рассматривается через призму оказания или подверженности ЛПР влиянию ценности микрокосма (рис. 1).

В микрокосме экологического налогообложения роль квинтэссенции (фактора, наличие которого является критерием

причисления ЛПР к экосистеме) выполняют экологические налоги.

Среда, в которой осуществляют свою деятельность ЛПР микрокосма экологического налогообложения, строится на основе связи составляющих ее ЛПР с ЛНПР и их причастности к налоговому обеспечению экологической безопасности.



Рис. 1. Микрокосм экологического налогообложения России

ЛПР могут быть юридические и/или физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели и самозанятые, чье поведение (действия или бездействия) влияет на возможности воспроизводства природно-ресурсных и социально-демографических средств производства в пределах региона, искажения параметров национального богатства, пропорций воспроизводства и отраслевой структуры региона для сохранения природных и климатических условий, запасов сырья и материалов для развития профильных видов экономической деятельности регионов.

Подчеркнем, что при рассмотрении экологического налогообложения с позиции экосистемного подхода разветвленная сеть налогов и налоговых инструментов, которые созданы, чтобы быть рычагами управления экологической безопасностью регионов, при этом сохраняя и максимизируя финансовые ресурсы экономиче-

ских субъектов, не является сетью акторов этого микрокосма.

Микрокосм экологического налогообложения строится на основе экологических налогов. Для рассматриваемого микрокосма экологические налоги представляют собой входные барьеры: актором микрокосма может стать исключительно носитель или плательщик экологического налога. Отдельные элементы, обладающие необходимым набором параметров, могут меняться, но суть их взаимосвязей остается неизменной.

Если рассматривать отношения по поводу обложения налогами экологических показателей, то для достижения положительного синергетического эффекта следует рассматривать все взаимосвязанные элементы как микрокосм, функционирующий по определенным законам и в соответствии с определенными принципами.

В современных условиях конкуренция между компаниями идет уже не столько за активы, сколько за альянсы и комбинации, в которых консолидируются ресурсы [14], поэтому при изучении микрокосма экологического налогообложения в первую очередь следует обращать внимание не на совокупность экономических субъектов, действующих в процессе функционирования системы экологических налогов России, а на многогранные связи между ними.

Основой взаимодействия в рамках микрокосма экологического налогообложения следует считать отношения, возникающие в процессе введения и применения налоговых инструментов, а также возникающие как внутри микрокосма, так и касательно внешней среды реакции.

Как показано на рис. 2 и 3, микрокосм экологического налогообложения входит в большую систему, которая строится по принципу матрешки [17], состоит из взаимосвязанных кластеров и представляет собой часть налоговой системы, которая является частью финансовой системы, которая в свою очередь является частью всей экономической системы России.

Недостаточно ввести платежи и придать им статус налогов. Нужно, чтобы в итоге они помогли достичь определенных плановых результатов. Этому может способствовать ряд условий, создающих коридор, в пределах которого будет осуществляться финансово-хозяйственная деятельность экономического субъекта.



Рис. 2. Внутреннее устройство микрокосма экологического налогообложения России

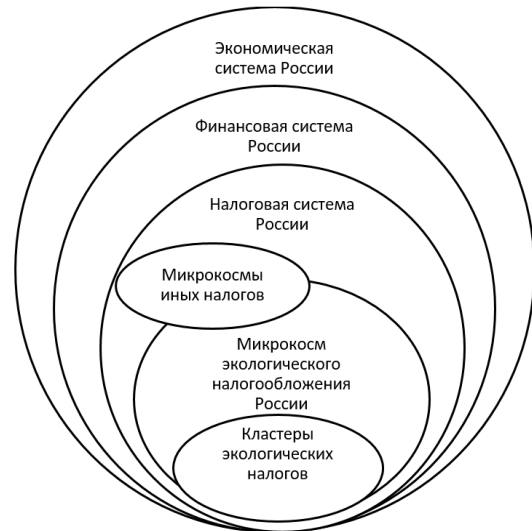


Рис. 3. Место микрокосма экологического налогообложения в экономической системе России

В пользу микрокосма для создания такого коридора свидетельствует то, что это комплекс взаимоотношений между предпринимателями и институтами, а не место, не комплекс законов и не комплекс институтов. Суть в том, чтобы при минимальных затратах ресурсов достичь целевых результатов [15].

Необходимо отметить, что в микрокосм экологического налогообложения могут входить не только экологические налоги, но и налоги, сборы и иные платежи, обеспечивающие достижение целевых параметров экологической безопасности.

Степень соответствия элементов системы экологического налогообложения критерию необходимости и достаточности определяется:

1) целевым характером – наполнение бюджета целевыми налогами для целевого расходования на приоритетные задачи:

– расходуется на потребности, прямо или косвенно улучшающие характеристики окружающей среды (например, на улучшение дорожной инфраструктуры, уменьшение свалок);

– позволяют увеличить траты на обеспечение экологической безопасности (на установление фильтров, очистных сооружений), в том числе на приобретение государством у экономических субъектов экологических выгод (высадка лесов, использование очистных сооружений);

– наполняют экологический фонд;

2) выполнением функций:

– превентивной – воздействие силы налоговых инструментов на поведение экономических субъектов, направленное на предупреждение их экологически небезопасного поведения (может быть применима в отношении ресурсов, воспроизведение которых происходит в течение длительного периода времени);

– компенсационной – восстановление характеристик окружающей среды, в том числе восполнение ресурсной базы и оптимизация природных условий, в которых осуществляется реализация экономической деятельности, путем направления на эти цели средств, аккумулированных от поступлений экологического налога (может быть применима в отношении ресурсов, восстановление которых происходит достаточно быстро);

– стимулирующей – влияние налогов на экономические процессы и побуждение к применению природоохранных, ресур-

сосберегающих технологий, использование которых в процессе хозяйственной деятельности обходится налогоплательщику дешевле, чем уплата налогов;

– учетно-информационной – сбор и анализ информации с целью определения показателя экологической безопасности для анализируемого региона, построения прогноза его развития и планов нивелирования негативных трендов;

– идеологической – отражение приоритетных целей и направлений развития государства;

– пенальной – наказание лиц, виновных в нанесении вреда экологической безопасности, выражается в возложении на них налогового бремени, а налог в этом случае выступает в роли цены за право нарушения экологической безопасности (данная функция может выполняться не экологическими налогами, а налогами, относящимися к экологии, например, за право заниматься определенными видами деятельности);

– эволюционной – развитие инновационного и финансового рынков, интеллектуальной собственности и финансовых технологий.

Вышеописанные функции являются одновременно столпами-основаниями введения и функционирования экологических налогов, на которых строится микрокосм экологических налогов в налоговой системе России.

Кластер как элемент структуры микрокосма экологического налогообложения

Главное достоинство и одновременно главный недостаток микрокосма, равно как и экосистемы, – это связь всего со всем, которая стирает различия между внутренними и внешними факторами воздействия, подвергая экономических субъектов двустороннему влиянию и делая их более уязвимыми: высокая степень их взаимосвязанности и взаимозависимости приводит к резким, неожиданным колебаниям и нелинейным эффектам. Одновременно эта

особенность может быть использована для оказания непрямого воздействия на ЛППР и ЛНППР микрокосма, процесс и результаты их деятельности.

Механизмы адаптации являются основой связи функционирующих в микрокосме субъектов с окружающей их средой. Экосистемная концепция описывает, каким образом они адаптируются к своему окружению, и основывается на принципе построения больших систем снизу вверх. Этот принцип восходящей самоорганизации субъектов в более крупные и сложные структуры, которые в свою очередь формируют следующий уровень объединения, с каждым разом увеличивая степень взаимосвязи и самодостаточности, заимствован экономическими науками из природных явлений и процессов и является альтернативой распределению ресурсов сверху вниз.

Создание взаимосвязанного объединения, имеющего больше возможностей, чем отдельный его элемент, основано на построении сети взаимно заинтересованных контрагентов, обеспечивающих бесперебойную работу друг другу ради достижения общей объединяющей их ценности.

Такие объединения представляют собой кластеры, составляющие скелет микрокосма. Под кластером следует понимать совокупность объектных систем, связанных отношениями функциональной зависимости и территориальной близости. Иными словами, кластер есть не что иное, как сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных организаций (компаний, корпораций, университетов, банков и т. п.), объектов инфраструктуры, научно-исследовательских институтов и других элементов, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества кластера в целом и отдельных компаний, входящих в него. Кластер является сложным объединением простых субъектов экономических отношений, имеющих схожие социально-демографические, климатические и природные ресурсы. Инфраструктурная составляющая микрокосма играет роль среды, необходимой прежде всего для эффективного функционирования кластера. Для целей экологического налогообложения в основе построения кластера (рис. 4) лежит агрегация данных о выгодоприобретателях, плательщиках и носителях экологических налогов.

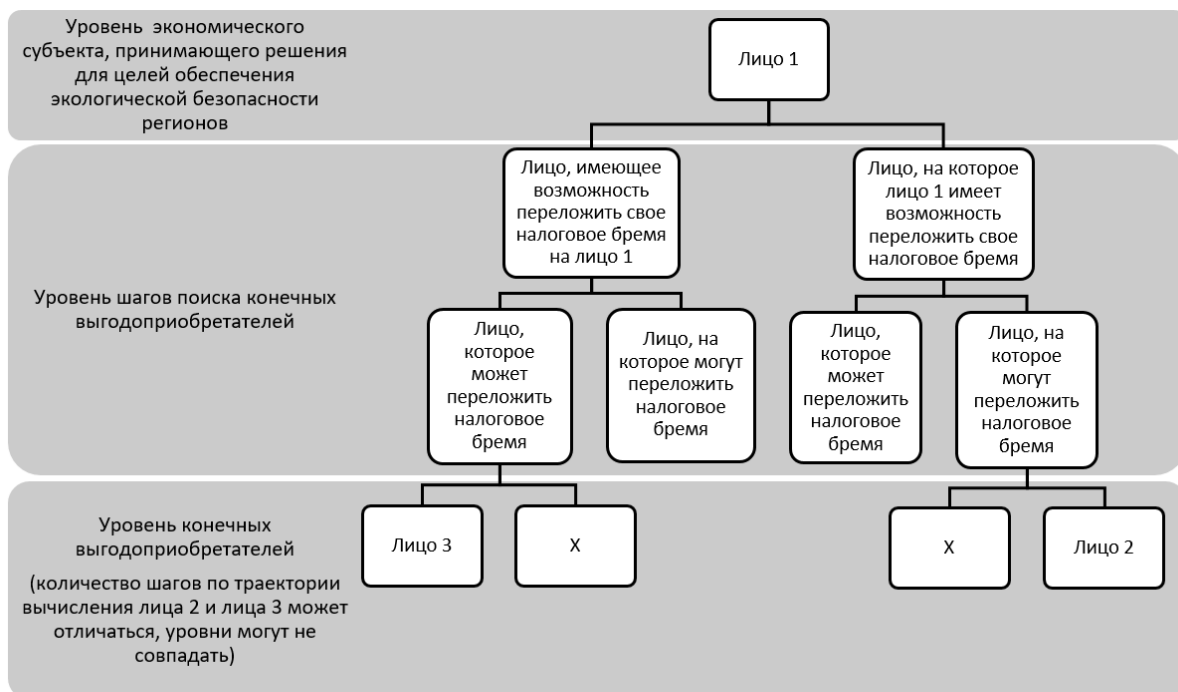


Рис. 4. Структура кластера – основы микрокосма экологического налогообложения России

Отношения в кластерах, как и в любой другой более или менее сложной системе, могут строиться по аналогии с типами отношений между организмами в живой природе и условно подразделяться на следующие виды:

– *мутуализм* – форма взаимовыгодной связи, при которой отдельные элементы системы не могут существовать друг без друга или же совместное существование выгодно, но необязательно для их существования (наемный работник и работодатель, поставщик и заказчик, производитель и потребитель, производители товаров-комплиментов);

– *комменсализм* – форма взаимодействия, при которой одни члены группы извлекают пользу от взаимоотношения, а другие – не получают ни пользы, ни вреда (коллеги разных грейдов, производители товаров, отчасти дополняющих друг друга);

– *хищничество* – явление, при котором один субъект отношений получает ресурсы за счет поглощения другого (участники сделок слияния и поглощения);

– *аменсализм* – форма взаимодействия, при которой один из субъектов деятельности отрицательно влияет на другого, но сам не испытывает ни отрицательного, ни положительного влияния (курение в офисе, гидроэлектростанция и рыбаки);

– *конкуренция* – форма взаимодействия, при которой оба субъекта деятельности являются логическими врагами по своей сути, как правило, из-за общей целевой аудитории потребителей. Такая форма взаимодействия предполагает, что вред, причиняемый одному субъекту, приносит пользу другому, и наоборот (производители товаров-субститутов);

– *аллелопатия* – форма взаимодействия, при которой оба субъекта деятельности оказывают взаимно вредное влияние друг на друга, обусловленное их производственными факторами. При этом вредное влияние одного субъекта на другого не является необходимым для его работоспособности и не приносит ему пользы (враж-

да между экономическими субъектами, спровоцированная причинами, не имеющими экономического (финансового) основания).

Кластер как основа микрокосма экологических налогов может включать три основных вида акторов:

1. Лицо 1 – плательщик экологического налога, несущий юридическую ответственность за его уплату.

2. Лицо 2 – носитель налога, чей доход фактически уменьшится в результате его уплаты.

3. Лицо 3 – конечный плательщик налога, который может переложить бремя уплаты налога на лицо 1.

Путь от лица 3 к лицу 1 (и все его участники) рассматривается, если переложение налогового бремени в конечном итоге связано с возникновением обязанности по уплате экологического налога. Этот путь может быть составной частью другого кластера в микрокосме и связующим с ним элементом. По пути от лица 3 к лицу 1 лица, на которые может быть переложено налоговое бремя, не рассматриваются.

Путь от лица 1 к лицу 2 включает в кластер конечных реципиентов введения экологических налогов, принимающих на себя последствия изменения налогового законодательства. По пути от лица 1 к лицу 2 не рассматриваются лица, которые могут переложить свое налоговое бремя.

Таким образом, кластер имеет от 2 до 3 опорных основ и схематично может быть представлен в виде треугольника, основания которого – лица 2 и 3, а вершина – лицо 1, или в виде круга, ядро которого – плательщик экологических налогов, а носитель налога, чей доход фактически уменьшится в результате его уплаты, и конечный плательщик налога, который может переложить бремя уплаты налога на лицо 1 или может быть одним и тем же с ним лицом, находятся на разных полюсах этого круга и связаны отношениями с плательщиком экологического налога. Границы кластеров определяются не географией, а характером внутренних взаимодействий.

Таким образом, из общественно-экономической среды выделяется самоорганизующийся комплекс элементов, связанных между собой цепью причинно-следственных взаимоотношений и управляемых на основе получаемой и передаваемой информации в целях получения конечного продукта. Сущность функционирования кластера в данном случае сводится к движению информации и налоговой нагрузки, связанному с переработкой определенных входов (таких как информация или финансовые средства) для получения желаемых выходов: экологического благополучия и налоговых поступлений в бюджеты разного уровня.

Кластеры могут пересекаться. Совокупность кластеров действует в среде и образует микрокосм.

Заключение

При взаимодействии отдельных субъектов друг с другом возникает какой-то итог – не как запланированный результат, а как естественное порождение процесса эволюции. Налаживание связей между отдельными экономическими субъектами и объединение их в единый микрокосм дает его участникам (ЛПР) возможность связываться друг с другом, рекомбинировать и создавать новые элементы и продукты.

Ключевая макроэкономическая задача представления социально-экономических процессов в контексте экосистемы – повы-

шение связности и целостности финансового рынка за счет разработки и стандартизации инфраструктурных технологических решений и распространения их среди участников рынка.

Повышение связности и целостности субъектов в сфере налогообложения, на котором строится экосистемный подход в экономике, предполагает наличие пакета унифицированных решений. Директивное назначение налогов, аккумуляция и перераспределение финансовых ресурсов в отсутствие жесткого контроля без представления модели дальнейшей реакции не приведет к улучшению экологических показателей.

Поскольку в процессе налогообложения происходит разделение носителя и плательщика налога, формируются взаимовыгодные альянсы и, как следствие, проявляется эффект двойного дивиденда:

- рост экологической безопасности;
- обеспечение налоговых поступлений в бюджет;
- поддержание работы экономических субъектов.

Микрокосм экологического налогообложения может стать инструментом управления, обеспечение бесперебойного функционирования которого гарантирует выполнение предназначения налоговых инструментов согласно заранее заложенным параметрам.

Список литературы

1. Банзрагч Б. Развитие предпринимательской экосистемы // Научный журнал. – 2016. – № 12 (13). – С. 47–49.
2. Борисова В. В. Экосистема государственных закупок // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – № 2 (122). – С. 86–91.
3. Гаврилов С. Н., Володина С. И. Информационная (цифровая) экосистема адвокатуры в контексте экосистемы цифровой экономики России // Актуальные проблемы российского права. – 2019. – № 6 (103). – С. 156–166.
4. Жданова О. А. Принципы построения экосистемы пирингового кредитования // Инновации и инвестиции. – 2021. – № 2. – С. 122–125.
5. Жданова О. А. Финтех-акселераторы – институты финтех-экосистемы // Общество: политика, экономика, право. – 2018. – № 4. – С. 34–36.

6. Зацарная Н. А. Налоговые инструменты как рычаги управления параметрами экономических субъектов и среды их функционирования. Идиосинкратический налоговый инструмент – переложение налогового бремени // Инновационное развитие экономики. – 2021. – № 2-3 (62-63). – С. 221–229.

7. Иванович М. Н. Экосистема ПАО Сбербанк. Продукты экосистемы для юридических лиц // Достижения науки и образования. – 2020. – № 14 (68). – С. 49–51.

8. Клейнер Г. Б. Социально-экономические экосистемы в контексте дуального пространственно-временного анализа // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018. – Т. 5. – № 5. – С. 5–13.

9. Клейнер Г. Б. Социально-экономические экосистемы в свете системной парадигмы // Системный анализ в экономике – 2018 : сборник трудов V Международной научно-практической конференции-биеннале / под общ. ред. Г. Б. Клейнера, С. Е. Щепетовой. – М., 2018. – С. 4–14.

10. Клейнер Г. Б., Рыбачук М. А., Карпинская В. А. Развитие экосистем в финансовом секторе России // Управление. – 2020. – № 4. – С. 2–15.

11. Коношников Д. Е. Формирование и развитие концепции экосистемных услуг: обзор зарубежных публикаций // Бюллетень Почвенного института им. В. В. Докучаева. – 2015. – № 80. – С. 26–49.

12. Полховская Т. Ю. Региональные экосистемы финансирования недвижимости // Вестник евразийской науки. – 2019. – № 6. – С. 46.

13. Сердюков Р. Д. Сущность и структурные компоненты цифровой экосистемы промышленного предприятия // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 3 (29). – С. 300–304.

14. Раменская Л. А. Применение концепции экосистем в экономико-управленческих исследованиях // Управление. – 2020. – № 4. – С. 16–28.

15. Савзиханова С. Э. Инновационная экосистема поддержки предпринимательства // Креативная экономика. – 2015. – № 11. – С. 1415–1422.

16. Свиридов О. Ю., Некрасова И. В. Тенденции развития финтех-экосистемы в российской экономике // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2019. – № 4. – С. 197–206.

17. Сокольников Н. М. Принцип матрешки в науке, дизайне и архитектуре // European Journal of Arts. – 2017. – № 3. – С. 7–10.

18. Шкарупета Е. В., Бачурин Д. Н. Концептуальные положения экосистемного подхода к управлению развитием экономических систем в условиях цифровой трансформации // Организатор производства. – 2020. – № 3. – С. 7–15.

References

1. Banzragch B. Razvitiye predprinimatelskoy ekosistemy [The Development of Entrepreneurial Ecosystem]. *Nauchnyy zhurnal* [Academic Journal], 2016, No. 12 (13), pp. 47–49. (In Russ.).

2. Borisova V. V. Ekosistema gosudarstvennykh zakupok [Ecosystem of State Purchases]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Izvestiya of the St. Petersburg State University of Economics], 2020, № 2 (122), pp. 86–91. (In Russ.).

3. Gavrilov S. N., Volodina S. I. Informatsionnaya (tsifrovaya) ekosistema advokatury v kontekste ekosistemy tsifrovoy ekonomiki Rossii [Information (Digital) Ecosystem of Advocacy in the Context of the Ecosystem of Digital Economy in Russia]. *Aktualnye problemy rossiyskogo prava* [Acute Problems of Russian Law], 2019, No. 6 (103), pp. 156–166. (In Russ.).

4. Zhdanova O. A. Printsipy postroeniya ekosistemy piringovogo kreditovaniya [Principles of Building the Ecosystem of Peer-to-Peer Crediting]. *Innovatsii i investitsii* [Innovation and Investment], 2021, No. 2, pp. 122–125. (In Russ.).
5. Zhdanova O. A. Fintekh-akseleratory – instituty fintekh-ekosistemy [FinTech Accelerators – Institutes of FinTech-Ecosystem]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo* [Society: Politics, Economics, Law], 2018, No. 4, pp. 34–36. (In Russ.).
6. Zatsarnaya N. A. Nalogovye instrumenty kak rychagi upravleniya parametrami ekonomicheskikh subektov i sredi ikh funktsionirovaniya. Idiosinkraticheskiy nalogovyy instrument – perelozhenie nalogovogo bremeni [Tax Tools as Levers Controlling Parameters of Economic Entities and Environment of their Functioning. Idiosyncratic Tax Tool – Tax Burden Shifting]. *Innovatsionnoe razvitie ekonomiki* [Innovative Development of Economy], 2021, No. 2-3 (62-63), pp. 221–229. (In Russ.).
7. Ivanovich M. N. Ekosistema PAO Sberbank. Produkty ekosistemy dlya yuridicheskikh lits [Sberbank plc Ecosystem. Ecosystem Products for Legal Entities]. *Dostizheniya nauki i obrazovaniya* [Achievements of Science and Education], 2020, No. 14 (68), pp. 49–51. (In Russ.).
8. Kleyner G. B. Sotsialno-ekonomicheskie ekosistemy v kontekste dualnogo prostranstvenno-vremennogo analiza [Social and Economic Ecosystems in the Context of Dual Space-Temporal Analysis]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya* [Economics and Management: Problems, Solutions], 2018, Vol. 5, No. 5, pp. 5–13. (In Russ.).
9. Kleyner G. B. Sotsialno-ekonomicheskie ekosistemy v svete sistemnoy paradigmy [Social and Economic Ecosystems in View of System Paradigm]. *Sistemnyy analiz v ekonomike – 2018, sbornik trudov V Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii-biennale* [System Analysis in Economics. 2018, collection of works of the 5th International Conference-Biennale], edited by G. B. Kleyner, S. E. Shchepetova. Moscow, 2018, pp. 4–14. (In Russ.).
10. Kleyner G. B., Rybachuk M. A., Karpinskaya V. A. Razvitie ekosistem v finansovom sektore Rossii [The Development of Ecosystems in the Finance Sector in Russia]. *Upravlenets* [Manager], 2020, No. 4, pp. 2–15. (In Russ.).
11. Konyushkov D. E. Formirovanie i razvitie kontseptsii ekosistemnykh uslug: obzor zarubezhnykh publikatsiy [Shaping and Developing the Concept of Ecosystem Services: Review of Overseas Publications]. *Byulleten Pochvennogo instituta im. V. V. Dokuchaeva* [Bulletin of the Dokuchaev Soil Institute], 2015, No. 80, pp. 26–49. (In Russ.).
12. Polkhovskaya T. Yu. Regionalnye ekosistemy finansirovaniya nedvizhimosti [Regional Ecosystems of RE Financing]. *Vestnik evraziyskoy nauki* [Bulletin of Eurasian Science], 2019, No. 6, pp. 46. (In Russ.).
13. Serdyukov R. D. Sushchnost i strukturnye komponenty tsifrovoy ekosistemy promyshlennogo predpriyatiya [The Idea and Structural Elements of Digital Ecosystem at Industrial Enterprise]. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya* [Natural and Humanitarian Research], 2020, No. 3 (29), pp. 300–304. (In Russ.).
14. Ramenskaya L. A. Primenenie kontseptsii ekosistem v ekonomiko-upravlencheskikh issledovaniyakh [Using Ecosystem Concepts in Economic and Managerial Research]. *Upravlenets* [Manager], 2020, No. 4, pp. 16–28. (In Russ.).
15. Savzikhanova S. E. Innovatsionnaya ekosistema podderzhki predprinimatelstva [Innovation Ecosystem of Supporting Entrepreneurship]. *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economy], 2015, No. 11, pp. 1415–1422. (In Russ.).
16. Sviridov O. Yu., Nekrasova I. V. Tendentsii razvitiya fintekh-ekosistemy v rossiyskoy ekonomike [Trends of Developing FinTech Ecosystem in Russian Economy]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 3: Ekonomika. Ekologiya* [Bulletin of the Volgograd State University. Series 3: Economics. Ecology], 2019, No. 4, pp. 197–206. (In Russ.).

17. Sokolnikova N. M. Printsip matreshki v nauke, dizayne i arkhitekture [‘Matreshka’ Principle in Science, Design and Architecture]. *European Journal of Arts*, 2017, No. 3, pp. 7–10. (In Russ.).

18. Shkarupeta E. V., Bachurin D. N. Kontseptualnye polozheniya ekosistemnogo podkhoda k upravleniyu razvitiem ekonomicheskikh sistem v usloviyakh tsifrovoy transformatsii [Conceptual Provisions of Ecosystem Approach to Managing the Development of Economic Systems in Conditions of Digital Transformation]. *Organizator proizvodstva* [Industry Organizer], 2020, No. 3, pp. 7–15. (In Russ.).

Сведения об авторе

Надежда Альбертовна Зацарная

ассистент базовой кафедры международного права, финансов и экономики Китая РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Zatsarnaya.NA@rea.ru

Information about the author

Nadezhda A. Zatsarnaya

Assistant of the Basic Department of International Law, Finance and Economy of China of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: Zatsarnaya.NA@rea.ru



СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ИНФЛЯЦИОННОЙ ДИНАМИКИ В ГОРОДЕ СЕВАСТОПОЛЕ

И. А. Шевчук

Севастопольский филиал Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Севастополь, Россия

М. В. Бежан, О. А. Грищенко, И. С. Ракитина

Отделение по городу Севастополю Южного главного управления Центрального банка Российской Федерации, Севастополь, Россия

В периодической экономической литературе довольно подробно описано влияние на инфляцию колебаний курса национальной валюты и других внешних факторов, которые проявляются в импортируемой инфляции. В статье проведен анализ и дана оценка наиболее значимых факторов стимулирования инфляции в городе Севастополе. В качестве информационной базы использованы данные об исполнении бюджета Севастополя за 2016–2020 гг., информация официальной статистики и Банка России, а также публикации ученых-экономистов. Проведенный анализ позволил определить факторы, оказывающие устойчивое долговременное воздействие на годовые показатели инфляции, отражающие основные тенденции в ценовой динамике в регионе. Исследование причин негативного влияния на инфляционные процессы предполагает учет бюджетного канала финансирования региональной экономики, в том числе через социальные выплаты населению, а также розничного кредитования и прочих факторов. С применением метода корреляционного анализа определены наиболее значимые актуальные проинфляционные факторы. Данные результаты предлагается использовать в качестве дополнительной информации для прогнозирования инфляционных процессов в регионе с учетом вклада со стороны устойчивых факторов. Это позволит улучшить качество прогноза и будет способствовать обеспечению ценовой стабильности в регионе.

Ключевые слова: инфляция, бюджетные расходы, розничное кредитование, экспорт продуктов питания и сельскохозяйственной продукции.

CURRENT ASPECTS OF INFLATION DYNAMICS IN THE CITY OF SEVASTOPOL

Igor A. Shevchuk

Sevastopol branch of the Plekhanov Russian University of Economics, Sevastopol, Russia

Mikhail V. Bezhan, Oksana A. Grishchenko, Irina S. Rakitina

Division for the City of Sevastopol of the Southern Main Branch of the Central Bank of the Russian Federation, Sevastopol, Russia

Periodicals of economic literature thoroughly described the influence on inflation exerted by fluctuations of the national exchange rate and other external factors, which become apparent in imported inflation. The article analyzes and estimates the most important factors stimulating inflation in the city of Sevastopol. As the information base the authors used data of budget administration in Sevastopol in 2016–2020, official statistics and information of the Bank of Russia, as well as works by economists. This analysis helps identify factors exerting steady long-term influence on annual figures of inflation showing key trends in price dynamics in the region. Researching causes of negative impact on inflation processes takes into account the budget channel of regional economy financing, including through social benefits to people, retail crediting and other factors. The method of correlation analysis gives an opportunity to identify the most important acute pro-inflation factors. The findings can be used as extra information to forecast inflation processes in the region with regard to the impact of steady factors, which could improve the quality of forecast and provide price stability in the region.

Keywords: inflation rate, budget expenses, retail crediting, export of food and agricultural products.

Уровень инфляции в Севастополе в 2020 г. существенно превысил значение 2019 г., хотя и не достиг параметра 2016 г. (6,48%). По России в целом индекс потребительских цен за 2020 г. вырос до максимальных отметок с 2016 г., когда этот показатель составлял 5,4%. Изменение инфляции в последние пять лет носит зигзагообразный характер. Так, уровень инфляции в 2017 и 2019 гг. в Севастополе оказался ниже установленного Банком России целевого уровня (4,0%), в другие годы уровень был выше. Исследование причин, которые оказали решающее влияние на инфляционные процессы в регионе, предполагает обзор бюджетного финансирования, кредитования населения и других факторов.

Для анализа влияния бюджетных расходов на уровень инфляции важно использовать как расходы в целом, так и социальные трансферты населению. Рассмотрим зависимость уровня инфляции от динамики бюджетных расходов, в том числе тех, которые напрямую поступают населению региона в форме различных выплат. К ним относятся социальные вы-

платы (пенсии, пособия, компенсации), перечисления гражданам в рамках публичных нормативных обязательств и выплаты несоциального характера: стипендии, премирование физических лиц за достижения в области культуры, искусства, образования, науки и техники, а также предоставление грантов с целью поддержки проектов в области науки, культуры и искусства и иные выплаты. Таким образом, была обобщена информация на основании кассового исполнения бюджета за 2016–2020 гг. о перечислении бюджетных средств непосредственно населению города Севастополя.

По мнению некоторых ученых и экономистов, наращивание бюджетных расходов будет иметь в среднесрочной перспективе инфляционные последствия. Несмотря на это за рассматриваемый период не отмечается заметная связь между расходами бюджета и индексом потребительских цен. При росте государственного финансирования социальных направлений и экономики наблюдается как снижение, так и повышение индекса потребительских цен в Севастополе (рис. 1).

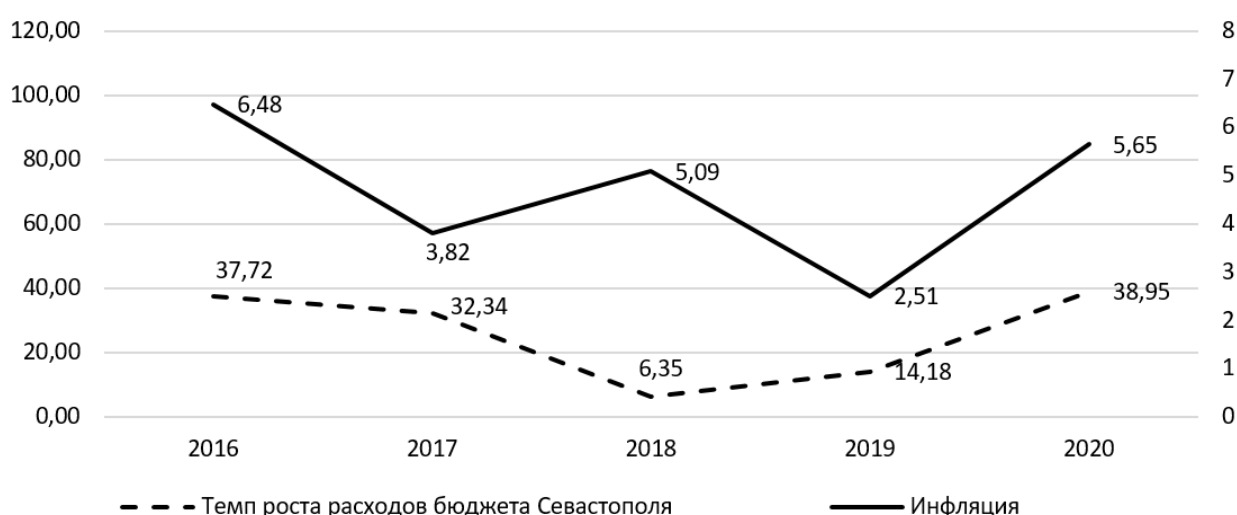


Рис. 1. Динамика бюджетных расходов и индекса потребительских цен за 2016–2020 гг. в городе Севастополе

По данным правительства Севастополя, за период с 2016 по 2020 г. расходы бюдже-

та города Севастополя в среднем увеличивались на 25,9%, хотя показатели динами-

ки год от года могли отличаться в несколько раз. Самый высокий рост наблюдался по итогам 2020 г. (39,0%), самый низкий – за 2018 г. (6,4%). Одновременно с этим ежегодно увеличивались социальные расходы, в том числе выплаты непосредственно населению. По итогам кассового исполнения бюджета города Севастополя за 2017–2020 гг. средний рост расходов, поступающих непосредственно в руки жителей региона через социальные выплаты гражданам, составил 27,3%. Самый высокий рост наблюдался в 2020 г. (48,4%), самый низкий – в 2019 г. (7,0%).

При этом темп прироста потребительских расходов, по информации Управления Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и городу Севастополю, характеризовался зигзагообразным характером и, хотя в среднем составил 11,9%, его максимальное значение пришлось на 2017 г. В 2018 г. темп оказался отрицательным, а в 2020 г. показал незначительный рост (0,3%).

Регрессионный анализ годовых значений динамики бюджетного финансирования и потребительских расходов населения Севастополя показал среднюю положительную корреляционную связь. Слабая связь проявляется между темпами социальных трансфертов населению и потребительскими тратами. Таким образом, в целом бюджетный сектор существенно повлиял на расходы населения через оплату труда и инвестиции в экономику региона. Адресные выплаты существенного воздействия на динамику потребительских трат за период 2017–2020 гг. не оказали. При этом прослеживается высокая положительная связь между динамикой ежегодных трансфертов населению и приростом денежных доходов жителей города Севастополя за 2017–2020 гг.

Взаимосвязь динамики социальных трансфертов населению и инфляции за 2017–2020 гг. в Севастополе характеризуется средней зависимостью (рис. 2).

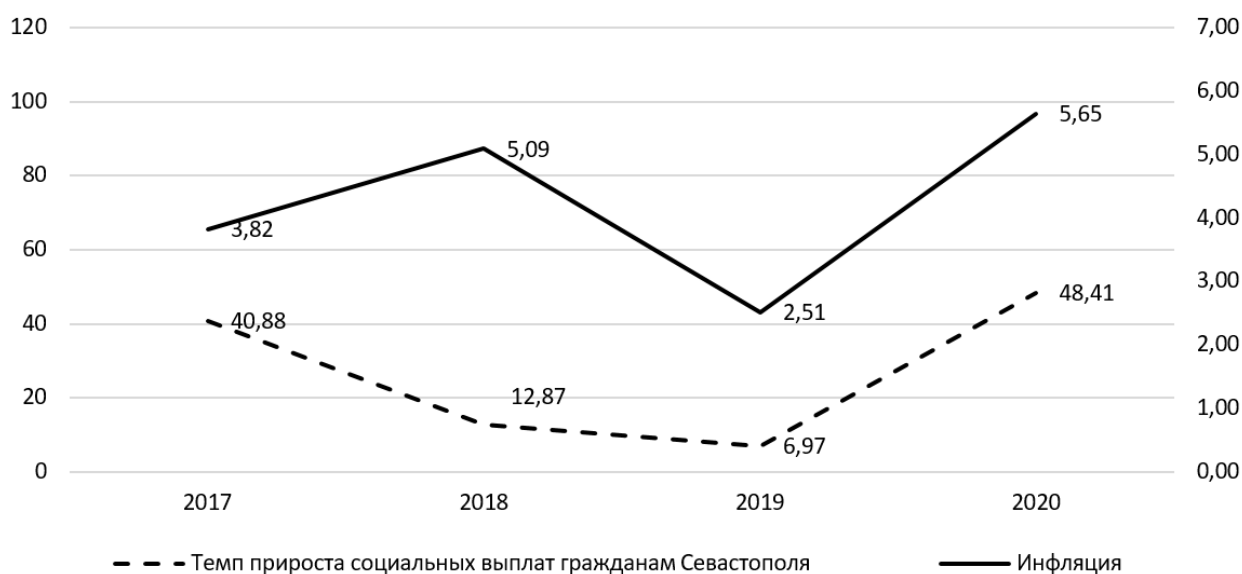


Рис. 2. Динамика социальных трансфертов населению и индекса потребительских цен за 2017–2020 гг. в городе Севастополе

Между изменением денежных доходов населения и инфляцией наблюдается слабая связь. Высокая связь характерна для показателей динамики социальных адрес-

ных бюджетных расходов населению и доходов населения региона. Это свидетельствует о сберегательной модели жителей

Севастополя, в том числе в силу возрастной структуры населения.

Таким образом, проведенный анализ показал, что перечисления социальных трансфертов населению в форме выплат, стипендий, пособий и пенсий не оказывают существенного инфляционного давления в регионе и не стимулируют избыточный спрос. При этом бюджетный канал стимулирует потребление в регионе напрямую через финансирование государственного сектора и косвенно путем создания платежеспособного спроса в отраслях социальной сферы и реальной экономики.

На общероссийском уровне к аналогичному выводу пришли ученые-экономисты Д. И. Рамазанов и Е. Ю. Онопук, которые также не обнаружили заметной связи между расходами и доходами бюджета Российской Федерации, государственным долгом и индексом потребительских цен (коэффициент корреляции между темпами роста расходов и темпами инфляции составил 0,2, что свидетельствует об отсутствии между ними какой-либо значимой связи) [3. – С. 56].

С целью определения воздействия динамики в сегменте розничного кредитования на инфляцию в Севастополе был проведен анализ данных за 2016–2020 гг. На основании опубликованных данных Банка России за последние пять лет кредитование физических лиц в Севастополе характеризуется положительной динамикой. Однако годовые приросты розничного портфеля с исключением валютной переоценки указывают на замедление положительной динамики с 2016 по 2020 г. как в части потребительского, так и ипотечного кредитования. Такой накопленный эффект непрерывного увеличения розничного портфеля год от года оказал инфляционное влияние на стоимость недвижимости и сопутствующих товаров, работ, услуг. При этом годовые показатели прироста розничного кредитного портфеля характеризуются слабой отрицательной корреляционной связью с соответствующими значениями инфляции в городе Севастополе (рис. 3).

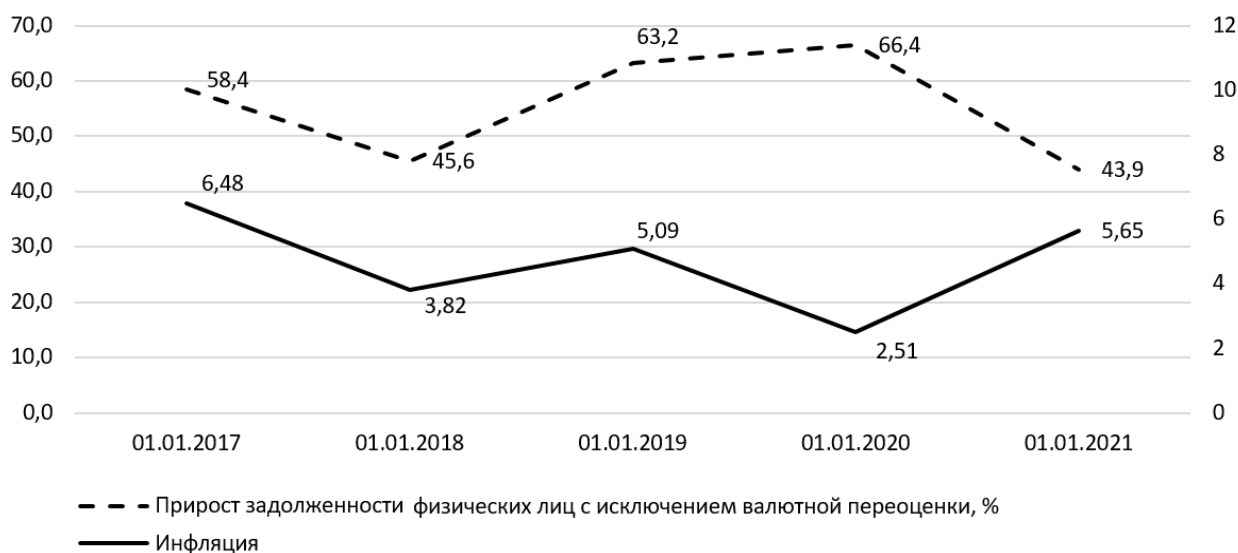


Рис. 3. Динамика розничного кредитного портфеля и годовой инфляции за период 2016–2020 гг. в городе Севастополе

Сберегательная активность к 2021 г. несколько снизилась, однако положительная

динамика прироста привлеченных средств с исключением валютной переоценки на

протяжении исследуемого периода сохраняется.

Обычно таргетирование инфляции предполагает плавающий обменный курс [2. – С. 14]. Регулирование обменного курса позволяет лучше контролировать рост цен в той части, которая объясняется эффектом переноса. Согласно опросам предприятий и индивидуальных предпринимателей Севастополя, колебания валютного курса не оказывали существенного влияния на ценообразование на региональном рынке.

Заметное влияние на инфляцию как в городе Севастополе, так и по России в целом оказывает положительная динамика роста цен на продовольственные товары. Эта тенденция закрепилась в связи с пандемией, когда рост спроса на продовольствие произошел практически во всех странах мира. Основным драйвером роста инфляции в России в 2020 г. стало повышение цен на сахар, некоторые виды плодовоовощных культур, крупы, а также на лекарства. При этом отечественные произво-

дители, которые ежегодно наращивали экспорт продуктов питания и сельскохозяйственной продукции, не сделали исключение и в 2020 г.

По информации Федеральной службы государственной статистики, в последние пять лет по индексу физического объема товарного экспорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья (кроме текстильного) отечественных производителей наблюдается рост (в среднем на 12,4%). При этом аналогичные средние темпы прироста физического объема по индексу производства сельскохозяйственной продукции (2,2%) и продуктов питания (4,0%) в России оказались существенно ниже физического объема экспорта данных товарных групп в среднем за период 2016–2020 гг. Это могло повлиять на ценовую динамику как по России в целом, так и по регионам, в том числе и по городу Севастополю. Наблюдается положительная взаимосвязь между товарным экспортом и инфляцией в Севастополе (рис. 4).

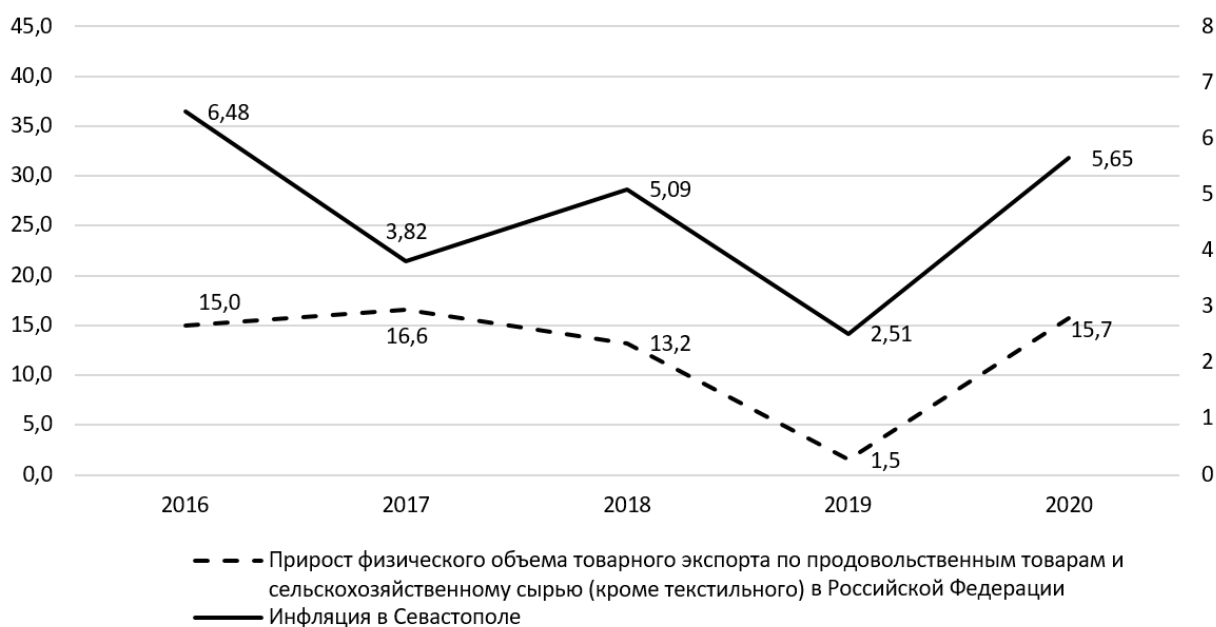


Рис. 4. Динамика розничного кредитного портфеля и годовой инфляции за период 2016–2020 гг. в городе Севастополе

Таким образом, инфляционные процессы в регионе в основном обусловлены не

столько бюджетным финансированием, трансфертами населению и ростом роз-

ничного кредитного портфеля жителей Севастополя, сколько общероссийскими тенденциями на рынке потребительских товаров, работ и услуг. Нарастание бюджетных расходов в части социальных выплат населению существенного прямого воздействия на уровень инфляции в Севастополе не оказало.

Результаты проведенного анализа и оценки влияния факторов инфляции на ценовую динамику в регионе будут использованы для улучшения качества прогнозирования и обеспечения ценовой стабильности в регионе.

Список литературы

1. Дерюгин А. Н. Региональные бюджеты в первом полугодии 2021 г.: рост доходов // Экономическое развитие России. – 2021. – Т. 28. – № 9. – 2021. – С. 73–76.
2. О чем говорят тренды. Макроэкономика и рынки : бюллетень Департамента исследований и прогнозирования. – М. : Банк России, 2021. – № 6.
3. Рамазанов Д. И., Онопюк Е. О. Инфляционные процессы в России в условиях пандемии COVID-19 // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2021. – Т. 18. – № 4 (118). – С. 52–60.
4. Трунин П. В., Божечкова А. В., Горюнов Е. Л. и др. Выгоды и издержки инфляционного таргетирования в России. – М. : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. – (Научные доклады: экономика).
5. Чередниченко О. В., Шульц О. И. Макроэкономические показатели российской экономики: «ножницы ставок» и инструменты роста // Финансовый менеджмент. – 2021. – № 4. – С. 58–65.
6. Chen Y. G. Inflation, Inflation Expectations, and the Phillips Curve. – URL: <https://www.cbo.gov/system/files/2019-08/55501-CBO-working-paper-inflation-expectations-and-phillips-curve.pdf>

References

1. Deryugin A. N. Regionalnye byudzhety v pervom polugodii 2021 g.: rost dokhodov [Regional Budgets in the First Half-Year 2021: Revenue Growth]. *Ekonomicheskoe razvitie Rossii* [Economic Development of Russia], 2021, Vol. 28, No. 9, 2021, pp. 73–76. (In Russ.).
2. O chem govoryat trendy. Makroekonomika i rynki, byulleten Departamenta issledovaniy i prognozirovaniya [What Trends are Talking about. Macroeconomics and Markets, Bulletin of the Department of Research and Forecasting]. Moscow, Bank of Russia, 2021, No. 6. (In Russ.).
3. Ramazanov D. I., Onopyuk E. O. Inflyatsionnye protsessy v Rossii v usloviyakh pandemii COVID-19 [Inflationary Processes in Russia in the Context of the COVID-19 Pandemic]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2021, Vol. 18, No. 4 (118), pp. 52–60. (In Russ.).
4. Trunin P. V., Bozhechkova A. V., Goryunov E. L. et al. Vygody i izderzhki inflyatsionnogo targetirovaniya v Rossii [Benefits and Costs Targeting of Inflation in Russia]. Moscow, Izdatelskiy dom «Delo» RANKHiGS, 2019, (Scientific Reports: Economy). (In Russ.).
5. Cherednichenko O. V., Shults O. I. Makroekonomicheskie pokazateli rossiyskoy ekonomiki: «nozhnitsy stavok» i instrumenty rosta [Macroeconomic Indicators of the Russian Economy: "Scissors of Rates" and Growth Tools]. *Finansovyy menedzhment* [Financial Management], 2021, No. 4, pp. 58–65. (In Russ.).

6. Chen Y. G. Inflation, Inflation Expectations, and the Phillips Curve. Available at: <https://www.cbo.gov/system/files/2019-08/55501-CBO-working-paper-inflation-expectations-and-phillips-curve.pdf>

Сведения об авторах

Игорь Андреевич Шевчук

доктор медицинских наук,
профессор кафедры менеджмента, туризма
и гостиничного бизнеса Севастопольского
филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: Севастопольский филиал ФГБОУ ВО
«Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова», 299053,
Севастополь, ул. Вакуленчука, д. 29.
E-mail: sevastopol@rea.ru

Михаил Владиславович Бежан

кандидат экономических наук, доцент,
управляющий Отделением по городу
Севастополю Южного главного управления
Центрального банка Российской Федерации.
Адрес: Отделение по городу Севастополю
Южного главного управления Центрального
банка Российской Федерации,
299001, Севастополь,
ул. Михаила Дзигунского, д. 1/3.
E-mail: 67svc_ekon@cbr.ru

Оксана Александровна Грищенко

кандидат экономических наук,
начальник экономического отдела
Отделения по городу Севастополю
Южного главного управления
Центрального банка Российской Федерации.
Адрес: Отделение по городу Севастополю
Южного главного управления Центрального
банка Российской Федерации, 299001,
Севастополь, ул. Михаила Дзигунского, д. 1/3.
E-mail: 67svc_ekon@cbr.ru

Ирина Сергеевна Ракитина

кандидат экономических наук, доцент,
ведущий экономист Отделения по городу
Севастополю Южного главного управления
Центрального банка Российской Федерации.
Адрес: Отделение по городу Севастополю
Южного главного управления
Центрального банка Российской Федерации,
299001, Севастополь,
ул. Михаила Дзигунского, д. 1/3.
E-mail: 67svc_ekon@cbr.ru

Information about the authors

Igor A. Shevchuk

Doctor of Medical Sciences,
Professor of the Department
for Management, Tourism and Hospitality
of the Sevastopol branch of the PRUE.
Address: Sevastopol branch
of the Plekhanov Russian University
of Economics, 29 Vakulenchuka Str., Sevastopol,
299053, Russian Federation.
E-mail: sevastopol@rea.ru

Mikhail V. Bezhan

PhD, Assistant Professor,
Head of Division for the City of Sevastopol
of the Southern Main Branch
of the Central Bank of the Russian Federation.
Address: Division for the City of Sevastopol
of the Southern Main Branch of the Central Bank
of the Russian Federation,
1/3 Mikhaila Dzigunskogo Str., 299001,
Sevastopol, Russian Federation.
E-mail: 67svc_ekon@cbr.ru

Oksana A. Grishchenko

PhD, Head of Department of Division
for the City of Sevastopol
of the Southern Main Branch
of the Central Bank of the Russian Federation.
Address: Division for the City of Sevastopol
of the Southern Main Branch of the Central Bank
of the Russian Federation,
1/3 Mikhaila Dzigunskogo Str., 299001,
Sevastopol, Russian Federation.
E-mail: 67svc_ekon@cbr.ru

Irina S. Rakitina

PhD, Assistant Professor, Lead Economist
of Division for the City of Sevastopol
of the Southern Main Branch
of the Central Bank of the Russian Federation.
Address: Division for the City of Sevastopol
of the Southern Main Branch of the Central Bank
of the Russian Federation,
1/3 Mikhaila Dzigunskogo Str., 299001,
Sevastopol, Russian Federation.
E-mail: 67svc_ekon@cbr.ru

МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РЕЙТИНГА РЕГИОНОВ РОССИИ¹

А. К. Герелишина

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова,
Москва, Россия

В статье предлагается при формировании инновационных рейтингов регионов России исходить из следующего основного требования: рейтинг должен отражать эффективность усилий по ускорению экономического роста за счет совершенствования технологий, методов хозяйствования и человеческого капитала. Показано, что рейтинг инновационных регионов России Ассоциации инновационных регионов России (АИРР) является значимым фактором в регрессии, описывающей темпы экономического роста регионов, однако его структура неоптимальна. Из четырех субиндексов рейтинга инновационных регионов России АИРР значимы лишь два, а оптимальным сочетанием оказывается не их сумма, как в исходной формуле, а частное, характеризующее эффективность затрат на инновационную деятельность. В статье рассмотрена целесообразность использования регрессионного анализа при формировании инновационных рейтингов. С практической точки зрения полученные результаты позволяют сформировать дополнительный источник информационного обеспечения для оценки федеральными и региональными органами власти различных вариантов проектов по ускорению экономического роста за счет инновационной активности. Предлагаемая методология, основанная на использовании эконометрического анализа, может быть применима и к другим рейтингам. Подобный подход позволит улучшить качество рейтингов как инструментов принятия экономических решений.

Ключевые слова: инновационные индексы, рейтинг, экономический рост, регион.

ON THE METHODOLOGY OF FORMING AN INNOVATIVE RATING OF RUSSIAN REGIONS

Alina K. Gerelishina

Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia

The article proposes, when forming innovative ratings of Russian regions, to proceed from the following basic requirement: the rating should reflect the effectiveness of efforts to accelerate economic growth by improving technologies, methods of management and human capital. It is shown that the rating of innovative regions of Russia Associations of Innovative Regions of Russia (AIRR) is a significant factor in the regression describing the rates of economic growth of regions, but its structure is not optimal. Of the four sub-indices of the rating of innovative regions of Russia AIRR, only two are significant, and the optimal combination is not their sum, as in the original formula, but the quotient, which characterizes the cost-effectiveness of innovative activities. The paper discusses the feasibility of using regression analysis in the formation of innovative ratings. From a practical point of view, the results obtained make it possible to form an additional source of information support for the assessment by federal and regional authorities of various options for projects to accelerate economic growth through innovative activity. The proposed methodology based on the use of econometric analysis can be applied to other ratings. This approach will improve the quality of ratings as tools for making economic decisions.

Keywords: innovation indices, rating, economic growth, region.

¹ Автор выражает благодарность своему научному руководителю академику РАН В. М. Полтеровичу за ценные замечания при планировании исследования, плодотворные обсуждения и рекомендации по оформлению статьи.

Рейтинги инновационного развития регионов России претерпевали существенные изменения в процессе своей эволюции, пройдя путь от относительно простых и незамысловатых схем расчета и ограниченных наборов показателей до более серьезных аналитических продуктов, приближающихся в методологическом плане к европейским аналогам.

В настоящее время наиболее распространенными рейтингами инновационного развития регионов России являются:

– рейтинг инновационных регионов России Ассоциации инновационных регионов России (АИРР);

– рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (ВШЭ).

Расчет интегральных показателей, на базе которых построены указанные рейтинги, выполняется на основе методологии европейского регионального рейтинга Regional Innovation Scoreboard [18]. Итоговые индикаторы рассчитываются как среднее арифметическое по комплексу нормированных показателей (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Сравнительные характеристики рейтингов инновационного развития регионов России*

	Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации ВШЭ	Рейтинг инновационных регионов России АИРР
Цель	Восполнить недостаток информации о состоянии и динамике инновационных процессов в регионах Российской Федерации. Дать аналитический продукт (инструмент) для обоснования региональной политики в сфере науки, технологий и инноваций. Дать инструмент управления региональной инновационной системой	
Целевая аудитория	Федеральные органы исполнительной власти Российской Федерации. Органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации	
Год создания	2012	
Количество регионов	85	
Количество показателей	37 (до 2019 г.) 53 (с 2019 г.)	23 (до 2016 г.) 29 (с 2016 г.)
Процедура сглаживания данных	Метод трансформации квадратного корня степени N	
Нормирование данных	Метод линейного масштабирования	
Расчет итогового индекса	Среднеарифметическое значение всех нормированных показателей с одинаковыми весами	

* Составлено по официальным отчетам рейтингов АИРР и ВШЭ.

Процедуры исчисления рейтингов инновационного развития регионов России не имеют достаточно убедительных обоснований. Речь идет прежде всего о выборе элементарных показателей и методологии их свертки. В связи с этим многие авторы подвергают их критике, а некоторые из них утверждают даже, что существующие рейтинги бесполезны [2]. Вместе с тем ряд экспертов утверждает, что, несмотря на критические замечания в адрес методологии, существующие рейтинги инновационного развития могут стать хорошим инструментом для реализации мер по государственной поддержке регионов [3; 15;

19]. Сочетание рейтинговой оценки с мотивирующим фактором в виде государственного финансирования может создать благоприятные условия для повышения инновационной активности [15]. Также результаты рейтингования могут стать критерием оценки эффективности проводимой инновационной политики в регионах и применения на основе этого различных управленческих решений, что в свою очередь может привести к дополнительным финансовым поощрениям со стороны федеральных властей [4; 5; 14].

Согласно заявленным целям разработчиков рейтинги создавались как действен-

ный инструмент для осуществления региональной политики. По этой причине они должны быть полезны как для федеральных, так и для региональных органов власти, а также инвесторов (см. табл. 1). Для реализации данной идеи к инновационным рейтингам должно предъявляться основное и важнейшее требование – наличие положительной связи между результатами рейтингования и экономическим ростом региона. Только в этом случае по рейтингу можно будет судить об эффективности усилий региональной власти, направленных на внедрение инноваций. Данному требованию должна быть подчинена методология составления инновационных рейтингов: от отбора показателей до выбора весов и способов агрегации данных в единый интегральный индикатор. С этой точки зрения в статье оценены рейтинги инновационного развития.

Несмотря на большое количество разноплановых исследований, посвященных рейтингам инновационного развития, их взаимосвязь с экономическим ростом пока изучена сравнительно слабо. Однако существуют работы, в которых схожие взаимосвязи исследуются на примере иного рода рейтинговых оценок. Так, например, аналогичная задача для Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации Агентства стратегических инициатив ставилась в работе [10]. На основе эконометрического анализа панельных данных показано, что улучшение рейтинга приводит к росту валового регионального продукта. Однако доказано, что данная связь носит нелинейный характер и при достижении определенного порогового значения рейтинга его изменение действует на экономическое развитие слабее. Исследование проводилось для регионов России за период с 2014 по 2018 г. В качестве контрольных переменных использовались следующие показатели: накопление физического капитала (инвестиции в основной капитал); накопление человеческого капитала (доля занятого населения с высшим

образованием к общей численности занятого населения в возрастной группе от 25 до 64 лет); динамика труда и масштаб экономики (прирост численности населения региона).

В исследовании [16] на основе эконометрического анализа панельных данных для 135 стран показано, что улучшение регуляторной среды, оцененной при помощи рейтинга, рассчитанного по показателям базы данных Doing Business (DB), стимулирует рост экономики. В работе проводилась оценка среднего темпа роста валового внутреннего продукта (ВВП). В качестве объясняющих переменных кроме значения рейтинга также включены показатели, характеризующие начальное значение ВВП, человеческий капитал, региональные фиктивные переменные. Отметим, что поскольку в работе моделировался средний темп роста за рассматриваемый период времени, то значение R^2 во всех моделях довольно низкое.

Похожий результат для другой выборки стран и временного периода, а также при использовании других эконометрических приемов получен в работе [17]. Таким образом, моделирование влияния рейтинга DB на экономический рост различных стран дает право утверждать, что улучшение регуляторной среды, оцененной по показателям базы данных DB, стимулирует рост экономики. С учетом вышеизложенного справедливо предположить, что аналогичный эффект имеет место также и для рейтингов инновационного развития.

Из-за отсутствия данных по рейтингу ВШЭ за непрерывный период времени, достаточный для эконометрического моделирования, данное исследование ограничивается анализом интегрального показателя, лежащего в основе рейтинга АИРР.

Источниками информации для исследования являются Федеральная служба государственной статистики (Росстат), а также официальный сайт разработчиков рейтингов АИРР. Ввиду отсутствия необходимых данных по Республике Крым и городу Севастополю исследование прове-

дено по 83 субъектам Российской Федерации. Объясняемой переменной является темп роста реального ВРП на душу населения. Период исследования ограничен доступной информацией по рейтингу АИРР с 2013 по 2018 г.

До 2016 г. интегральный индикатор рейтинга АИРР рассчитывался по 23 пока-

зателям, разделенным на три тематических блока. В 2016 г. разработчики внесли изменения в расчет рейтинга, добавив блок «Инновационная активность». Таким образом, с 2016 г. и по сегодняшний день рейтинг АИРР рассчитывается по 29 показателям, разделенным на четыре тематических блока (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Тематические блоки рейтинга АИРР*

Наименование блока	Показатели
Научные исследования и разработки (НИИР) (9 показателей)	<ul style="list-style-type: none"> • Численность студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования по отношению к численности населения. • Численность исследователей в расчете на миллион человек населения. • Удельный вес занятых с высшим образованием трудоспособного возраста в общей численности населения в трудоспособном возрасте, %. • Количество поданных международных РСТ-заявок в расчете на миллион человек экономически активного населения. • Число патентных заявок на изобретения, поданных в Роспатент национальными заявителями, по отношению к численности экономически активного населения. • Число статей, опубликованных в журналах, индексируемых в Web of Science, по отношению к численности исследователей. • Число статей, опубликованных в рецензируемых журналах, индексируемых в РИНЦ, по отношению к численности исследователей. • Внутренние затраты на исследования и разработки в процентах от ВРП, %. • Удельный вес средств организаций предпринимательского сектора в общем объеме внутренних затрат на исследования и разработки, %
Инновационная деятельность (ИД) (9 показателей)	<ul style="list-style-type: none"> • Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, в общем числе организаций, %. • Удельный вес организаций, осуществлявших нетехнологические инновации, в общем числе организаций, %. • Удельный вес малых предприятий, осуществлявших технологические инновации, в общем числе малых предприятий, %. • Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, %. • Удельный вес вновь введенных или подвергавшихся значительным технологическим изменениям инновационных товаров, работ, услуг, новых для рынка, в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, %. • Число используемых изобретений в расчете на миллион человек населения. • Объем поступлений от экспорта технологий по отношению к ВРП. • Число разработанных передовых производственных технологий по отношению к численности экономически активного населения. • Интенсивность затрат на технологические инновации, %
Социально-экономические условия инновационной деятельности (СЭУИД) (5 показателей)	<ul style="list-style-type: none"> • Коэффициент обновления основных фондов, %. • ВРП в расчете на одного занятого в экономике региона без учета добывающих производств. • Удельный вес занятых в высокотехнологичных и среднетехнологичных (высокого уровня) видах деятельности в общей численности занятых в экономике региона, %. • Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП, %. • Удельный вес организаций, использовавших Интернет со скоростью не менее 2 Мбит/сек, в общем числе обследованных организаций, %
Инновационная активность (ИА) (6 показателей)	<ul style="list-style-type: none"> • Объем привлеченных инвестиций из федеральных источников в инновационную сферу экономики региона по отношению к ВРП. • Поддержка реализации инновационных проектов федеральными институтами развития. • Инновационная активность региональных властей (балльный индикатор). • Победа в конкурсах, проводимых ФОИВ и федеральными институтами развития (балльный индикатор). • Вовлеченность компаний во взаимодействие в рамках кластеров и технопарков. • Проведение публичных инновационных мероприятий (индекс интенсивности)

* Составлено по официальным отчетам рейтинга АИРР, доступным в июне 2021 г.

Для изучения влияния пересчета рейтинга, имевшего место в 2016 г., на итоговые результаты было проведено тестирование временных выборок на равенство дисперсий по трем критериям (табл. 3).

Т а б л и ц а 3
Тестирование инновационного рейтинга АИРР на равенство коэффициентов дисперсии с 2013 по 2018 г.*

Метод	Значение Probability
Критерий Бартлетта (Bartlett test)	0,340
Тест Левена (Levene test)	0,268
Тест Брауна - Форсайта (Brown - Forsythe test)	0,314

* Рассчитано на основе официальных отчетов АИРР.

По результатам проведенных расчетов нулевая гипотеза о равенстве дисперсий для всех выборок на 5%-ном уровне значимости не отвергается. Таким образом, небольшое изменение в методологии рейтинга не отразилось на сопоставимости рейтинговых оценок.

В исследовании была проведена оценка следующего регрессионного уравнения:

$$\bar{Y}_i = \alpha_0 + \alpha_1 \cdot Y_{0i} + \alpha_2 \cdot Index_i + \alpha_3 \cdot Inv_i + \varepsilon_i, \quad (1)$$

где \bar{Y}_i – средний темп роста ВРП на душу населения в базовых ценах в регионе i , рассчитанный как среднее геометрическое за рассматриваемый период времени;

Y_{0i} – значение ВРП на душу населения в базовых ценах в начальный период времени в регионе i ;

$Index_i$ – среднее значение индекса инновационного развития за рассматриваемый период времени в регионе i ;

Inv_i – среднее значение инвестиций в основной капитал на душу населения в ценах базового года;

ε_i – случайная ошибка.

Отметим, что в блоке НИИР инновационного индекса АИРР содержатся показатели, прямо или косвенно отражающие качество человеческого капитала. По этой причине включение в уравнение дополнительного фактора, характеризующего человеческий капитал, избыточно.

Как отмечалось выше, рейтинг является многофакторной категорией. В случае подтверждения наличия связи между результатами рейтинга и экономическим ростом важно определить, действительно ли существующая комбинация блоков (субиндексов) является наилучшей с точки зрения прогнозирования будущего экономического роста. Для того чтобы ответить на поставленный вопрос, был рассмотрен вариант уравнения (1), в котором вместо индекса АИРР были включены его отдельные субиндексы.

В первом столбце табл. 4 представлен результат оценки уравнения (1), который показывает, что интегральный показатель, лежащий в основе рейтинга АИРР, значимо влияет на средний темп роста ВРП на душу населения за рассматриваемый период.

В качестве объясняющей переменной в уравнении (1) также рассматривался показатель, характеризующий географическое положение с точки зрения наличия полезных ископаемых, – фиктивная переменная, принимающая значение 1, если доля добывающей промышленности в структуре ВРП превышает 30% в среднем за рассматриваемый период. Однако эта переменная оказалась незначимой, а качество оценки уравнения при ее включении ухудшилось.

Рейтинг АИРР является интегральным индикатором, рассчитанным по четырем субиндексам: научные исследования и разработки (НИИР); инновационная деятельность (ИД); социально-экономические условия инновационной деятельности (СЭУИД); инновационная активность (ИА). Для оценки значимости составляющих инновационного индекса в уравнение (1) вместо индекса АИРР добавлялись его субиндексы (НИИР, ИД, СЭУИД, ИА) в различных комбинациях.

В табл. 4 (столбцы 2–6) представлены результаты оценки пяти модификаций уравнения (1). Модификация 2 содержит все субиндексы инновационного рейтинга АИРР. В данном уравнении субиндексы ИА и СЭУИД оказались незначимыми.

Результаты оценки уравнения (1) и его модификаций
(рассчитаны в статистическом пакете Stata)

Зависимая переменная Y	1	2	3	4	5	6
Y_2013	-0,0173**	-0,019**	-0,0189***	-0,0198***	-0,0155**	-0,0205***
INV	0,0172***	0,0151**	0,0151**	0,0158**	0,0150**	0,0188***
AIRR	0,0130**					
NIIR		-0,0158	-0,0161*	-0,0155*	-0,000546	
ID		0,023***	0,0229***	0,0205***		0,0149***
SEYID		-0,00615	-0,00633		0,0139*	-0,00376
IA		-0,00022				
Constant	0,0489**	0,0583**	0,0578***	0,0633***	0,0481**	0,0597***
Observations	83	83	83	83	83	83
R-squared	0,123	0,246	0,246	0,241	0,107	0,196
R-squared (adj)	0,090	0,186	0,197	0,202	0,061	0,155
F-statistics / P-value	2,70/0,051	3,8/0,002	4,62/0,001	5,67/0,001	Незначимо	3,88/0,006
AIC (информационный критерий Акайка)	-472,283	-478,812	-480,808	-482,309	-468,807	-477,489
BIC (информационный критерий Шварца)	-462,608	-461,880	-466,295	-470,215	-456,713	-465,395
Некоррелируемость ошибок	Да	Да	Да	Да		Да
Нормальность распределения	Да	Да	Да	Да		Да

Примечание: в таблице символами «*», «**», «***» отмечены оценки, значимые на уровне 10, 5 и 1% соответственно. Y – средний темп роста ВРП в ценах 2010 г. на душу населения; Y_2013 – ВРП в ценах 2010 г. на душу населения в 2013 г., тыс. руб.; INV – среднее значение инвестиций в основной капитал в ценах 2010 г. на душу населения, тыс. руб.; AIRR – среднее значение инновационного индекса АИРР за рассматриваемый период; NIIR – среднее значение субиндекса НИИР за рассматриваемый период; ID – среднее значение субиндекса ИД за рассматриваемый период; SEYID – среднее значение субиндекса СЭИД за рассматриваемый период; IA – среднее значение субиндекса ИА за рассматриваемый период.

Далее были проанализированы уравнения с поочередным исключением незначимых переменных с обязательным контролем результатов по информационным критериям, а также по значению F-statistics Фишера. По итогам расчетов было определено, что качество модели в случае использования только двух субиндексов рейтинга АИРР (столбец 4) оказалось лучше, чем при использовании общего интегрального индекса АИРР (столбец 1).

Значимыми в итоговой регрессии (столбец 4) оказались два субиндекса рейтинга АИРР: ИД и НИИР. Субиндекс ИД состоит из 9 показателей, большая часть которых отражает результат инновационной деятельности (см. табл. 2). В субиндекс НИИР в основном входят показатели, которые от-

ражают затраты, связанные с инновационной деятельностью. Полученный результат можно интерпретировать следующим образом: если стремиться к тому, чтобы включение рейтинга в уравнение регрессии роста подушевого ВРП давало зависимость наилучшего качества, то рейтинг должен формироваться как функция двух субиндексов следующего вида:

$$Innov = ИД^{0,02} / НИИР^{0,01}.$$

Числитель полученного выражения *Innov* характеризует результаты инновационной деятельности, а знаменатель – затраты, связанные с инновационной деятельностью. Таким образом, новый, оптимальный в указанном выше смысле инди-

катор характеризует эффективность внедрения инноваций.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что методология формирования рейтинга нуждается в существенной корректировке. Во-первых, необходимо исключить блоки, которые при декомпозиции рейтинга оказались незначимыми. Во-вторых, расчет интегрального индекса как среднего арифметического по совокупности различных показателей не является лучшим способом формирования инновационного рейтинга. В-третьих, недопустимо смешивать показатели, отражающие затраты и результат инновационной деятельности, что ранее обозначалось в работе [2].

Таким образом, в исследовании показано, что при использовании простейшего подхода, а именно регрессионного анализа, из той же исходной информации за счет отбора и исключения незначимых субиндексов и назначения адекватных весов можно получить более простой рейтинг, усилия по увеличению которого в большей степени связаны с увеличением темпов экономического роста. Лучший результат с точки зрения определения экономического роста получен при использовании только двух субиндексов инновационного рейтинга АИРР. Причем сочетание значимых субиндексов характеризует эффективность результатов инновационной деятельности к затратам. Полученный рейтинг является наиболее адекватным инструментом и для федеральных властей

для оценки регионов, и для самих региональных властей для оценки различных вариантов проектов по ускорению экономического роста за счет инновационной активности.

Проведенная работа является первым шагом в исследовании методологии рейтингов инновационного развития с точки зрения их взаимосвязей с экономическим ростом региона. Необходимо учитывать, что результаты эконометрических расчетов напрямую зависят от используемого набора данных и предпосылок модели, в связи с чем их изменение может привести к иным выводам. Следовательно, итерационный перебор различных конфигураций может способствовать получению наиболее качественных моделей.

В дальнейшем представляется интересным проанализировать показатели, входящие в состав тематических блоков НИИР и ИД (отражающие условия и результаты инновационной деятельности), наиболее точным образом определить веса значимых показателей и, возможно, выявить нелинейную связь между ними. Это позволит более точно определить рычаги влияния – фактические инструменты управления экономическим ростом посредством инноваций. Предлагаемая методология, основанная на использовании эконометрического анализа, применима и к другим рейтингам. Она позволяет улучшить их качество как инструментов принятия экономических решений.

Список литературы

1. *Бабурин В. Л., Земцов С. П.* Инновационный потенциал регионов России. – М.: Университетская книга, 2017.
2. *Баранова В. А., Земцов С. П.* Рейтинги инновационного развития регионов: зачем нужна новая методика в России? // Вестник Поволжского института управления. – 2016. – № 6. – С. 110–116.
3. *Бортник И. М., Зинов В. Г., Коцюбинский В. А., Сорокина А. В.* Вопросы достоверности статистической информации об инновационной деятельности в России // Инновации. – 2013. – № 10 (180). – С. 10–17.

4. Бортник И. М., Сенченя Г. И., Михеева Н. Н., Здунов А. А., Кадочников П. А., Сорокина А. В. Система оценки и мониторинга инновационного развития регионов России // *Инновации*. – 2012. – № 9 (167). – С. 25–38.
5. Гусев А. Б. Формирование рейтингов инновационного развития регионов России // *Управление наукой и наукометрия*. – 2009. – Т. 4. – № 1. – С. 158–173.
6. Демидова О. А. Пространственно-авторегрессионная модель для двух групп взаимосвязанных регионов (на примере восточной и западной части России) // *Прикладная эконометрика*. – 2014. – № 2 (34). – С. 19–35.
7. Демидова О. А., Иванов Д. С. Модели экономического роста с неоднородными пространственными эффектами (на примере российских регионов) // *Экономический журнал Высшей школы экономики*. – 2016. – Т. 20. – № 1. – С. 52–75.
8. Земцов С. П., Смелов Ю. А. Факторы регионального развития в России: география, человеческий капитал или политика регионов // *Журнал Новой экономической ассоциации*. – 2018. – Т. 4. – № 40. – С. 84–108.
9. Канева М. А., Унтура Г. А. Взаимосвязь НИОКР, перетоков знаний и динамики экономического роста регионов России // *Регион: экономика и социология*. – 2017. – № 1. – С. 78–100.
10. Картаев Ф. С., Полушин К. Е. Влияет ли рейтинг инвестиционного климата на экономическое развитие региона? // *Вопросы экономики*. – 2019. – № 5. – С. 90–102.
11. Комарова А. В., Павшок О. В. Оценка вклада человеческого капитала в экономический рост регионов России (на основе модели Мэнкью – Ромера – Уэйла) // *Мир экономики и управления*. – 2007. – Т. 7. – № 3. – С. 191–201.
12. Луговой О., Дашкеев В., Мазаев И., Фомченко Д., Поляков Е., Хехт А. Экономико-географические и институциональные аспекты экономического роста в регионах. – М. : ИЭПП, 2007.
13. Новая география регионального развития. Оценка экономического потенциала российских регионов и возможностей его эффективного использования. Вашингтон (округ Колумбия) – Москва. – Вашингтон, 2018.
14. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации : аналитический доклад / под ред. Л. М. Гохберг. – М. : НИУ ВШЭ, 2012.
15. Сорокина А. В. Построение индекса инновационного развития регионов России. – М. : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013.
16. Djankov S., McLiesh C., Ramalho R. Regulation and Growth // *Economics Letters*. – 2006. – Vol. 92. – N 3. – P. 395–401.
17. Eifert B. Do Regulatory Reforms Stimulate Investment and Growth? Evidence from the Doing Business Data 2003-07 // Center for Global Development. Working Paper. – 2009. – N 159. – DOI: 10.2139/ssrn.1390326
18. Hollanders H. European Innovation Scoreboard 2019 : Methodology Report. – URL: https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/innovation/regional_en
19. Iizuka M., Hollanders H. Innovation Indicators: for a critical reflection on their use in Low- and Middle-Income Countries (LMICs). – National Graduate Institute for Policy Studies, 2020.

References

1. Baburin V. L., Zemtsov S. P. Innovatsionnyy potentsial regionov Rossii [Innovative Potential of Russian Regions]. Moscow, University book, 2017. (In Russ.).
2. Barinova V. A., Zemtsov S. P. Rejtingi innovatsionnogo razvitiya regionov: zachem nuzhna novaya metodika v Rossii? [Regional Innovative Development Ratings: Why Do We

Need a New Methodology in Russia?]. *Vestnik Povolzhskogo instituta upravleniya* [Bulletin of the Volga Institute of Management], 2016, No. 6, pp. 110–116. (In Russ.).

3. Bortnik I. M., Zinov V. G., Kotsyubinskiy V. A., Sorokina A. V. Voprosy dostovernosti statisticheskoy informatsii ob innovatsionnoy deyatel'nosti v Rossii [Questions of the Reliability of Statistical Information on Innovative Activities in Russia]. *Innovatsii* [Innovations], 2013, No. 10 (180), pp. 10–17. (In Russ.).

4. Bortnik I. M., Senchenya G. I., Mikheeva N. N., Zdunov A. A., Kadochnikov P. A., Sorokina A. V. Sistema otsenki i monitoringa innovatsionnogo razvitiya regionov Rossii [The System for Assessing and Monitoring the Innovative Development of Russian Regions]. *Innovatsii* [Innovations], 2012, No. 9 (167), pp. 25–38. (In Russ.).

5. Gusev A. B. Formirovanie reytingov innovatsionnogo razvitiya regionov Rossii [Formation of Ratings of Innovative Development of Russian Regions]. *Upravlenie naukoj i naukometriya* [Science Management and Scientometrics], 2009, Vol. 4, No. 1, pp. 158–173. (In Russ.).

6. Demidova O. A. Prostranstvenno-avtoregressionnaya model dlya dvukh grupp vzaimosvyazannykh regionov (na primere vostochnoy i zapadnoy chasti Rossii) [Spatial Autoregressive Model for Two Groups of Interconnected Regions (on the example of the eastern and western parts of Russia)]. *Prikladnaya ekonometrika* [Applied Econometrics], 2014, No. 2 (34), pp. 19–35. (In Russ.).

7. Demidova O. A., Ivanov D. S. Modeli ekonomicheskogo rosta s neodnorodnymi prostranstvennymi effektami (na primere rossiyskikh regionov) [Economic Growth Models with Heterogeneous Spatial Effects (on the example of Russian Regions)]. *Ekonomicheskij zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki* [Economic Journal of the Higher School of Economics], 2016, Vol. 20, No. 1, pp. 52–75. (In Russ.).

8. Zemtsov S. P., Smelov Yu. A. Faktory regionalnogo razvitiya v Rossii: geografiya, chelovecheskiy kapital ili politika regionov [Factors of Regional Development in Russia: Geography, Human Capital or Regional Politics]. *Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii* [Journal of the New Economic Association], 2018, Vol. 4, No. 40, pp. 84–108. (In Russ.).

9. Kaneva M. A., Untura G. A. Vzaimosvyaz NIOKR, peretokov znaniy i dinamiki ekonomicheskogo rosta regionov Rossii [Interrelation of R&D, Knowledge Flows and Dynamics of Economic Growth of Russian Regions]. *Region: ekonomika i sotsiologiya* [Region: Economics and Sociology], 2017, No. 1, pp. 78–100. (In Russ.).

10. Kartayev F. S., Polunin K. E. Vliyaet li reyting investitsionnogo klimata na ekonomicheskoe razvitie regiona? [Does the Investment Climate Rating Affect the Economic Development of the Region?]. *Voprosy ekonomiki*, 2019, No. 5, pp. 90–102. (In Russ.).

11. Komarova A. V., Pavshok O. V. Otsenka vklada chelovecheskogo kapitala v ekonomicheskij rost regionov Rossii (na osnove modeli Menkyu – Romera – Ueyla) [Assessment of the Contribution of Human Capital to the Economic Growth of Russian Regions (based on the Mankew – Romer – Weil model)]. *Mir ekonomiki i upravleniya* [The World of Economics and Management], 2007, Vol. 7, No. 3, pp. 191–201. (In Russ.).

12. Lugovoy O., Dashkeev V., Mazaev I., Fomchenko D., Polyakov E., Khekht A. Ekonomiko-geograficheskie i institutsionalnye aspekty ekonomicheskogo rosta v regionakh [Economic, Geographical and Institutional Aspects of Economic Growth in the Regions]. Moscow, IEPP, 2007. (In Russ.).

13. Novaya geografiya regionalnogo razvitiya. Otsenka ekonomicheskogo potentsiala rossiyskikh regionov i vozmozhnostey ego effektivnogo ispolzovaniya. Vashington (okrug Kolumbiya) – Moskva [New Geography of Regional Development. Assessment of the Economic Potential of Russian Regions and the Possibilities of its Effective Use. Washington – Moscow]. Vashington, 2018. (In Russ.).

14. Rejting innovatsionnogo razvitiya subektov Rossiyskoy Federatsii, analiticheskiy doklad [Rating of Innovative Development of the Constituent Entities of the Russian Federation, analytical report], edited by L. M. Gokhberg. Moscow, NIU VSHE, 2012. (In Russ.).
15. Sorokina A. V. Postroenie indeksa innovatsionnogo razvitiya regionov Rossii [Construction of the Index of Innovative Development of Russian Regions]. Moscow, Izdatelskiy dom «Delo» RANKHiGS, 2013. (In Russ.).
16. Djankov S., McLiesh C., Ramalho R. Regulation and Growth. *Economics Letters*, 2006, Vol. 92, No. 3, pp. 395–401.
17. Eifert B. Do Regulatory Reforms Stimulate Investment and Growth? Evidence from the Doing Business Data 2003-07. *Center for Global Development. Working Paper*, 2009, No. 159. DOI: 10.2139/ssrn.1390326
18. Hollanders H. European Innovation Scoreboard 2019: Methodology Report. Available at: https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/innovation/regional_en
19. Iizuka M., Hollanders H. Innovation Indicators: for a critical reflection on their use in Low-and Middle-Income Countries (LMICs). National Graduate Institute for Policy Studies, 2020.

Сведения об авторе

Алина Константиновна Герелишина
старший преподаватель
кафедры общей экономической теории
Московской школы экономики
МГУ имени М. В. Ломоносова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Московский
государственный университет
имени М. В. Ломоносова»,
119991, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 61.
E-mail: alinazhigareva@gmail.com

Information about the author

Alina K. Gerelishina
Senior Lecturer of the Department for General
Economic Theory Moscow School of Economics
of the Lomonosov MSU.
Address: Federal State Educational Institution
of Higher Professional Education Lomonosov
Moscow State University, 61 building,
1 Leninskie gory, Moscow, 119991,
Russian Federation.
E-mail: alinazhigareva@gmail.com

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ И ИНТЕГРАЦИЯ МИГРАНТОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МИГРАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ СОВЕТСКОГО ПЕРИОДА

Т. А. Бажан

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Российская миграционная политика сталкивается с рядом проблем, эффективное решение которых пока не найдено. В их числе отсутствие инфраструктуры для социальной и культурной адаптации и интеграции мигрантов, высокий уровень незаконной миграции. До сих пор не работает система организованного привлечения трудящихся-мигрантов (оргнабор). Для решения указанных проблем целесообразно обратиться к анализу опыта советского периода, когда успешно решались сложнейшие миграционные проблемы. Активному вовлечению населения в их решение способствовала система мер, направленных на содействие социокультурной адаптации и интеграции внутренних мигрантов. В рамках настоящей статьи анализируются особенности и механизмы государственной миграционной политики советского периода, позволявшие обеспечивать потребности экономики в трудовых ресурсах, заселять удаленные регионы страны, создавать условия для развития человеческого капитала. Государственная политика в этой области была планомерной и последовательной: ставка делалась на внутреннюю трудовую миграцию; миграционные потоки рационально регулировались; государство было заинтересовано в перспективном развитии промышленного, сельскохозяйственного и культурного потенциала территорий вселения. Критическое изучение опыта адаптации и интеграции мигрантов в указанный период, выявление механизмов, способных работать в нынешних условиях, позволят существенно оптимизировать современную миграционную политику и практику ее реализации.

Ключевые слова: инфраструктура для адаптации и интеграции мигрантов, государственное управление, оргнабор, незаконная миграция.

SOCIO-CULTURAL ADAPTATION AND INTEGRATION OF MIGRANTS AS TOOL OF STATE MIGRATION POLICY IN SOVIET PERIOD

Tatyana A. Bazhan

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

Russian migration policy is facing a number of problems, whose effective solution has not been found yet. They include the absence of infrastructure for social and cultural adaptation and integration of migrants and high level of illegal migration. The system of organized drawing-in workers-migrants has not been developed. To resolve these problems it would be useful to analyze the experience of the soviet period, when complicated migration problems were successfully settled. A system of steps aimed at assisting socio-cultural adaptation and integration of internal migrants was promoted by involvement of the population in their solution. The present article analyzes specific features and mechanisms of state migration policy of the soviet period, which supported the needs of economy in labour, helped populate the remote areas of the country and create conditions for the development of human capital. State policy in this sphere was planned and successive: it staked at internal labour migration; migration flows were regulated; state was interested in the development of industrial, agricultural and cultural potential of territories, where migrants arrived. Critical study of the experience of migrants' adaptation and integration in this period,

identifying mechanisms, which can work in current conditions would allow us to optimize today's migration policy and practice of its pursuing.

Keywords: infrastructure for adaptation and integration of migrants, state governance, organized recruitment, illegal migration.

Термины «адаптация» и «интеграция» нечасто используются при описании миграционной политики советского периода. Тем не менее в жизни страны происходили перемещения значительных групп населения, вызванные самыми разнообразными причинами. Соответственно, актуальной была проблема помощи миллионам людей в их приспособлении к новым условиям и последующем полноценном включении в сложившееся (формирующееся) социокультурное пространство. Под эгидой государства проводилась планомерная работа на данном направлении.

Политологи, экономисты, демографы, юристы подробно изучали различные аспекты миграционных процессов и миграционной политики указанного периода. В исследованиях Ж. А. Зайончковской, Л. Л. Рыбаковского, А. В. Топилина, Ю. В. Рощина и других рассмотрены наиболее важные аспекты соответствующей политики и практики ее реализации, сделаны конструктивные предложения и заслуживающие внимания прогнозы. Обстоятельно изучены вопросы правового регулирования общественных отношений в данной сфере. Должное научное внимание было уделено анализу научно-методологической платформы, на которой основывалась политика обеспечения удаленных территорий и приоритетных экономических проектов необходимыми трудовыми ресурсами. В научной литературе отражен подход к выработке мер регулирования миграционных процессов, который учитывал все этапы миграционного процесса: от формирования у потенциального трудового мигранта мотивации к переезду или временной работе в другом регионе до содействия в его адаптации к условиям жизни и труда на новом месте. Значительное внимание уделено анализу

недостатков, имевших место в организации переселенческого дела.

Несмотря на всестороннее изучение миграционной сферы советского общества, сегодня представляется важным вновь обратиться к опыту политики Советского государства в области социальной и культурной адаптации и интеграции мигрантов. Причины этого связаны с тем, что система адаптации и интеграции находится в зачаточном состоянии и не стала инструментом для обеспечения развития экономики, стабильности межнациональных отношений (в части миграционных аспектов), оптимизации процессов на рынке труда, укрепления национальной безопасности. Зарубежный опыт, активно рекомендуемый нашей стране, не отличается ни успешным методологическим основанием, ни позитивными практическими результатами. В этой связи обращение к собственному продуктивному опыту, его углубленное изучение, систематизация соответствующих знаний и научная критика крайне востребованы сегодня.

Опыт советского периода в области адаптации и интеграции мигрантов интересен в первую очередь своей успешностью. Его результаты до сих пор не удалось превзойти. Во-первых, несмотря на все катаклизмы XX в., государство эффективно регулировало массовые миграционные процессы даже в самые сложные периоды советской поры, быстро преодолевая возникавшие риски их хаотического развития. Во-вторых, регулировалась не только внутренняя (доминирующая), но и внешняя миграция. Потоки трудовых мигрантов направлялись туда, где были востребованы: в труднедостаточные и стратегически важные районы страны. В-третьих, незаконная миграция нынешних масштабов вообще не была известна Советской стране.

В рамках настоящей статьи попытаемся выявить те принципиально важные особенности миграционной политики тех лет и ее адаптационно-интеграционных инструментов, которые не утратили своей актуальности для современной России.

Советская миграционная политика отражала многообразие миграционных процессов. Имели место как внешние (эмиграция, иммиграция), так и внутренние миграции. Вынужденное участие в миграции (потoki беженцев, этнические депортации и др.) сочеталось с добровольным (аграрные и промышленные переселения). Каждая из миграционных волн оставляла свой отпечаток (героический и трагический, геополитический и экономический) в истории страны.

Приток иностранцев в СССР не отличался чрезмерной массовостью, был избирательным и при необходимости существенно ограничивался. К моменту событий 1917 г. на территории страны находилось более 2 млн военнопленных иностранцев, около 3 млн беженцев, тысячи иностранных работников из различных стран [7. – С. 3]. В 1918–1920 гг. «в Красной армии в разное время служило свыше 200 тыс. зарубежных интернационалистов» [7. – С. 5–6].

В послереволюционный период наблюдался стихийный приток иммигрантов в Советскую Россию. Только из США и Канады в 1920–1921 гг. прибыло более 10 тыс. человек (до 70% из них были сельскохозяйственными и низкоквалифицированными работниками). По мере восстановления страны после революционных и военных потрясений новое государство приступило к регулированию в этой сфере. Уже летом 1921 г. временно было запрещено стихийное прибытие иностранцев в Советскую Россию. Постепенно иммиграция приобрела упорядоченный характер. Въезд в страну приобрел избирательный характер. Предпочтение отдавалось организованным группам, имеющим собственный инвентарь, для которых предварительно были определены объекты для труда [17].

В 1926 г. в различных районах страны работало около 30 сельских коммун и артелей, состоящих из иностранных граждан. Советская наука оценивала масштабы производственной иммиграции как внушительные. В одной из работ количество подданных и граждан других государств, выразивших желание переехать на постоянное место жительства в СССР в составе организованных групп, составляло около 0,5 млн человек [22. – С. 340]. В итоге в первой половине 20-х гг. XX в. в страну прибыло более 20 тыс. человек.

В 1925 г. СНК СССР упорядочил условия приглашения иностранных работников и порядок осуществления ими трудовой деятельности. Для работы на промышленных предприятиях предписывалось приглашать специалистов, предварительно заключая с ними индивидуальные контракты, где должны быть отражены конкретные условия труда и проживания (размер оплаты труда, обязательства по уплате налогов и др.). Кроме того, на концессионных предприятиях (создавались на основе договоров о технической помощи с зарубежными фирмами) к осени 1928 г. трудилось около 2 тыс. высококвалифицированных иностранных специалистов [17].

Порядок привлечения внешних трудовых мигрантов дополнялся интеграционными мерами в целях обеспечения их интересов, а также безопасности государства. Индустриализация и льготные условия привлекали в Советский Союз тысячи высококвалифицированных и квалифицированных специалистов из западных государств [12. – С. 6]. В период с 1922 по 1928 г. прибыло более 250 тыс. человек [10. – С. 114]. Только за 1928 г. количество прибывших зарубежных специалистов превысило 60 тыс. (в таблице представлена разбивка по странам [10. – С. 116; 6. – С. 104]). При этом государство уделяло серьезное внимание стабильности национального рынка труда, его защите от возможного стихийного притока мигрантов, а также учету объемов востребованной рабочей силы [13. – С. 188].

**Количество иностранцев, прибывших
в СССР в 1928 г. (в %)**

Страна происхождения	Доля иностранных работников
Китай	39
Персия	14
Германия	11
Латвия	9
Япония	7
Польша	5
Турция	4
США	3
Литва	3
Эстония	3
Чехословакия	2

Внешняя трудовая миграция в послевоенный период использовалась как фактор геополитического характера и была направлена на поддержку стран социалистического лагеря. Например, в середине 70-х гг. XX в. Вьетнам был вынужден прибегнуть к экспорту избыточной рабочей силы в Россию и в восточноевропейские страны. Первоначально в СССР было направлено около 300 вьетнамцев на учебу и стажировку [4. – С. 73]. Ситуация изменилась после заключения 21 апреля 1981 г. между СССР и Вьетнамом межправительственного соглашения о трудовом сотрудничестве. Во второй половине 1980-х гг. в СССР осуществляли трудовую деятельность более 100 тыс. иностранных работников (граждан Вьетнама среди них было около 90 тыс. человек) [11. – С. 45]. Большое внимание уделялось так называемой учебной миграции. В 1989/90 учебном году в СССР обучалось около 180 тыс. иностранных граждан (высшее, среднее специальное, дополнительное образование) [2].

Страна нуждалась в заселении Сибири и Дальнего Востока, в создании промышленных предприятий. Главным объектом государственной политики была внутренняя миграция. Государство активно занималось содействием переселению в удаленные регионы, стремясь придать этим процессам организованный, целенаправленный и последовательный характер. Серьезное внимание уделялось вопросам обустройства в местах вселения. Так,

например, в 1926 г. непосредственному переселению 50 тыс. человек в новые места проживания предшествовала подготовка земли для занятия сельским хозяйством [19. – С. 123].

Советская переселенческая политика была последовательной и руководствовалась ясными целями. Это позволило создать эффективно работающую систему, которая успешно решала социально-экономические задачи и использовала комплекс адаптационно-интеграционных мероприятий, ориентированных на переселяющихся. Надежность этой системы была доказана в период Великой Отечественной войны. В 1941 г. из западных прифронтовых регионов страны были рекордно короткие сроки перевезены на Восток около 18 млн человек, а также перемещено почти 2 600 предприятий [1. – С. 46]. Для огромного количества эвакуированных, перевезенных с помощью железнодорожного транспорта, в местах прибытия были организованы рабочие места, условия для временного размещения, необходимая социальная поддержка. В конце войны основная масса оказавшихся в эвакуации имела возможность вернуться в места прежнего проживания [16. – С. 22, 51]. Позднее страна сумела обеспечить обустройство и трудоустройство военнослужащих, возвращавшихся после Победы, а также граждан СССР, насильственно перемещенных в Западную Европу. Возможно, остатки этого мощного переселенческо-интеграционного механизма, какое-то время действуя уже по инерции, позволили в 1990-е гг. принять и обустроить миллионы соотечественников, которые были вынуждены бежать из новых демократических государств – бывших советских республик.

Одним из механизмов, обеспечивавших трудовыми ресурсами важнейшие стройки и промышленные предприятия, была система организованного привлечения кадров (органбор) из различных регионов страны. Такая система сформировалась в 30-е гг. XX в. С одной стороны, она способ-

ствовала решению важнейших народно-хозяйственных задач, а с другой – обеспечивала должную мобильность населения, позволяя жителям трудоизбыточных районов находить перспективную и хорошо оплачиваемую работу, достойно устраивая будущее своих семей. По данным, которые приводит Л. Л. Рыбаковский, за период с 1931 по 1970 г. в оргнабор было вовлечено 28 млн человек [20. – С. 79]. В послевоенный период (до 1970 г.) с помощью оргнабора было трудоустроено не менее 7,5 млн человек [8. – С. 66; 10. – С. 114].

Организованное привлечение рабочей силы не ограничивалось вопросами трудоустройства работников. Эта система представляла собой комплекс взаимосвязанных мер. Плановый подход предполагал определение потребности некоего народно-хозяйственного объекта в определенном количестве работников с учетом необходимой специальной подготовки и уровня квалификации. Для граждан, принявших решение о работе в другом регионе, была предусмотрена помощь в проезде до места будущей трудовой деятельности. Создавались условия для проживания, а также необходимая социальная инфраструктура [9].

Важно то, что оргнабор и другие формы организованной внутренней трудовой миграции были нацелены не только на решение краткосрочных кадровых вопросов (снабдить объект рабочей силой). Они были направлены на перспективу – закрепление привлеченных кадров. Для этих целей создавалась упомянутая инфраструктура, строились города и, как следствие, увеличивалось их население. Именно нацеленность государственной политики на будущее была важнейшим основанием для полноценной интеграции значительной части трудовых мигрантов в социокультурное пространство принимающего региона [18. – С. 106].

Достижению такой цели способствовали важнейшие звенья механизма организованного привлечения рабочей силы. Главная цель оргнабора – обеспечение произ-

водства трудовыми ресурсами, повышение качества и производительности труда. Сам факт привлечения в тот или иной регион значительных по численности групп людей влечет ряд проблем, которые должны решаться параллельно. Прибывшие люди должны были обеспечиваться жильем, транспортной, административной, социальной и культурно-духовной инфраструктурой. Наконец, должна была проводиться целенаправленная и действенная политика, обеспечивающая взаимопонимание и взаимоуважение старожилов и пришлого населения. Решение всех этих вопросов, выходящих за рамки узкопроизводственных, является сложным, трудоемким и чрезвычайно дорогостоящим делом. Поэтому такое решение ни в советский период, ни в наши дни не под силу ни гражданскому обществу, ни производственной сфере. Это удел государства.

Усилиями государства создавались правовая база, материальная и социальная инфраструктура, необходимые для организованного переселения и приживаемости переселенцев в новых местах. Созданная инфраструктура не была напрасной тратой государственных средств: в перспективе она выступила существенным подспорьем для развития и обустройства целых регионов. Самоустранение государства от управления процессами пространственного перемещения значительных групп людей, упование на всемогущество бесконтрольного рынка влекут за собой те диспропорции в развитии экономики, социальной, демографической и иных сферах жизни, которые жестко обозначили постсоветские десятилетия. Кроме того, минимизация роли государства в государственной (!) миграционной политике чревата еще одной опасной проблемой – ростом межнациональной напряженности, рисками развития экстремизма и терроризма.

Советское государство не только планировало и обеспечивало оргнабор, оно контролировало осуществление всех его звеньев. Кстати, именно государственный

контроль не только обеспечивал выполнение планов и рациональное использование выделяемых средств, но и был основой для эффективной защиты законных интересов внутренних трудовых мигрантов (как временно пребывавших работников, так и переселенцев, сменивших место для постоянного проживания). Прозрачная система оргнабора исключала возникновение серых схем привлечения работников из других регионов. Коррупционные издержки также не вписывались в систему трудовых и производственных отношений. Все эти обстоятельства формировали высокую мотивацию на участие в оргнаборе и заинтересованность работников в результатах своего труда.

И наконец, организованные формы привлечения рабочей силы не оказывали негативного воздействия на состояние межнациональных отношений в стране. Наоборот, они способствовали формированию межэтнической солидарности, следы которой заметны и в постсоветский период. Налаженная система внутренней трудовой миграции, создавая условия и перспективы для мигрантов, максимально учитывала интересы местного населения.

Создавалась инфраструктура, необходимая для полноценной интеграции (приживаемости), на плановой основе планировались, последовательно закладывались условия экономического, правового, социального характера. Процесс ее создания определялся и финансировался государством. Фундаментом такой инфраструктуры было жилье: рабочие общежития для временного проживания и стационарные возможности для проживания постоянного. Этот фундамент органично и последовательно дополнялся возведением детских садов и школ, учреждений здравоохранения, организацией условий для продолжения образования, культурного развития, досуга и отдыха. Подобное социальное и культурное обустройство работников-переселенцев на новом месте создавало возможность их оседания [18; 19].

Условия жизни и труда в новых местах чаще всего были сложнее, нежели на малой родине: более суровый климат, первоначально скромное социальное обустройство и малокомфортное жилье, недостаточное развитие транспортной инфраструктуры. Поэтому применялись специальные меры, стимулирующие к переезду (или временному труду) в малозаселенных районах со сложными условиями проживания. Речь идет о системе льгот, которые предоставлялись трудовым мигрантам. Такая система имела универсальный (распространялась на всю страну), но дифференцированный (зависимость объема и качества льгот от региона вселения и других параметров) характер. Льготы сопровождали все этапы миграционного процесса, которые проходил переселенец (освобождение от некоторых обязательств, возникших на прежнем месте проживания; бесплатный/льготный проезд и провоз имущества; надбавки к заработной плате, дополнительное время к отпуску; подъемные выплаты; единовременные пособия; возможности для оздоровительного отдыха и др.) [21. – С. 115].

В миграционной политике советского периода применялись не только стимулирующие, но и ограничительные меры, которые способствовали соответственно увеличению или уменьшению миграционных потоков в определенные местности и в различные периоды истории. С помощью чередования таких мер миграционные потоки направлялись в те регионы страны, которые нуждались в населении и трудовых ресурсах. К началу 70-х гг. XX в. стали более актуальными экономические стимулирующие меры. При этом значение административных ограничительных приемов регулирования снизилось [3. – С. 55–56]. Утрата таких инструментов в современной российской миграционной политике сопровождается перенаселением мегаполисов и продолжающимся оттоком населения из и без того малонаселенных регионов.

Кстати, упомянутая система льгот (стимулирования), как и социально-экономическое и социально-культурное сопровождение организованных миграций, способствовала адаптации (помощь в приспособлении к непростым новым условиям) и интеграции (помощь в приживаемости на территории вселения). Меры, которые можно назвать адаптационными, были направлены на привыкание работника к климатическим условиям (оздоровительные мероприятия, обеспечение надежных источников водоснабжения и др.); его производственную адаптацию (профорентация, профотбор, система повышения производственной квалификации и др.); социально-психологическую адаптацию (меры, направленные на полноценное включение личности в трудовой коллектив). Реализация указанных мер осуществлялась параллельно с созданием социально-бытовых, хозяйственных и культурных условий, необходимых для отдыха и труда. Меры интеграционного порядка были нацелены на приживаемость новоселов и их постепенный переход в категорию старожилов (т. е. на полноценное включение прибывших в новую культурно-социальную среду).

Эффективность оргнабора в обеспечении экономики трудовыми ресурсами была обусловлена следующим:

а) организующей и контролирующей ролью государства;

б) ставкой на внутренних трудовых мигрантов;

в) привлекательными качественными условиями для адаптации и последующей интеграции трудовых мигрантов;

г) плановым и рациональным регулированием миграционных потоков;

д) заинтересованностью государства в перспективном развитии промышленного, сельскохозяйственного и культурного потенциала территорий вселения.

В постсоветский период неоднократно признавалась необходимость возрождения системы организованного привлечения как внешних, так и внутренних трудовых

мигрантов. Вместе с тем масштабы и качество решения этой задачи далеки от уровня советской эпохи, что обусловлено рядом причин: а) недостаточное участие государства в построении системы организованного привлечения работников; б) в некоторых отраслях экономики очевидна ориентация преимущественно на иностранных мигрантов, обладающих неудовлетворительной профессиональной подготовкой; в) сама современная конструкция оргнабора ограничивается задачей рекрутинга, обслуживая сиюминутные интересы бизнеса; г) не создается инфраструктура для социальной и культурной адаптации и интеграции мигрантов (в этой работе не участвуют основные выгодоприобретатели от использования иностранного труда); д) значительная часть иностранных трудовых мигрантов не стремится работать в рамках правового поля.

Не случайно параллельно с попытками организовать белый оргнабор активно действует масштабная система теневой вербовки потенциальных трудовых мигрантов из других стран. Эта система так же, как и некогда советская система, охватывает все стадии миграционного процесса (формирование мотивации, выезд на работу в Россию, трудоустройство, проживание, возвращение домой). Существенное отличие от оргнабора советского образца – все звенья теневой оргнабора находятся вне правового поля, колоссальные доходы миграционных посредников вращаются в серой зоне, подпитывают коррупцию. Соответственно, инфраструктура для адаптации и интеграции мигрантов не создается, а значит, минимизируются условия для развития человеческого капитала. В противоположность этому такая инфраструктура, созданная в советский период, работала на развитие региона вселения в целом. Формирование необходимой материальной основы для адаптации и интеграции иностранных мигрантов станет платформой для развития внутренней миграции, создаст условия для развития мобильности российского населения. Но та-

кая работа может принести ожидаемый результат, если будет осуществляться под руководством и контролем государства.

Безусловно, миграционная политика Советского государства не была идеальной. Существенные проблемы в этой области неоднократно анализировались в научных публикациях [14. – С. 130-154]. Успехи переселенческой политики сопровождались и некоторым оттоком населения или его перемещением в другие районы вселения [19. – С. 162]. К концу советского периода прогрессировала концентрация населения «вокруг больших городов и вдоль транспортных осей, в то время как периферийные зоны пустыли», – писала в 1991 г. Ж. А. Зайончковская [5. – С. 3]. Социалистическая версия переселенческой политики не всегда руководствовалась гуманистическими соображениями. В рамках депортаций 1930–1940-х гг. (вынужденные насильственные внутренние миграции) было переселено более 240 тыс. семей кулаков [15. – С. 219], осуществлялись этнические депортации. Со временем в местах вселения обеспечивались право на труд, социальное обеспечение, отдых, образование. Предоставлялась материальная помощь (около 1 тыс. рублей на 1 хозяйство, что почти равнялось стоимости конфискованного имущества) и др. С 1954 г. начался процесс постепенного возвращения ссыльных из спецпоселений на прежние места проживания [8. – С. 63]. В целом издержки классовой целесообразности в миграционной политике не препятствовали последовательной организации переселенческого дела.

Тем не менее в разные этапы истории советская миграционная политика имела существенные достижения. Плановый характер ее реализации, продуманное материальное и социальное обеспечение, по оценке А. В. Топилина, обеспечивали «количественное и качественное соотношение между предложением рабочей силы и спросом на нее по районам страны» [23. – С. 16]. Благодаря организованному территориальному перераспределению рабочей

силы в довоенный период в восточных регионах страны были созданы крупнейшие предприятия (Магнитогорский и Урало-Кузнецкий металлургические комбинаты), новые города (Комсомольск-на-Амуре, Новокузнецк, Караганда и др.), активно осваивались северные районы (Кольский полуостров, Печорский угольный бассейн, бассейны рек Енисея и Колымы, Камчатка), созданы порт Игарка, центр добычи полиметаллических руд – город Норильск, центр золотопромышленного района – город Магадан, центры рыбной промышленности. Только в 1926–1939 гг. в восточные регионы переехало около 5 млн человек [23. – С. 9].

В послевоенный период миграционная политика также оставалась планомерной и продуманной. Помимо ликвидации страшных разрушений, принесенных войной, возвращения значительного количества беженцев, насильственно перемещенных, и военнопленных осваивались целинные и залежные земли, развивался нефтегазоносный район Тюменской области, построены Братская ГЭС, газопровод Бухара – Урал, железная дорога Абакан – Тайшет, осуществлялось строительство Байкало-Амурской магистрали и др. В период «между переписями 1926 и 1970 гг. численность населения Дальнего Востока возросла в 4 раза, Восточной Сибири – в 2,2, Западной Сибири и Урала – в 1,7, Средней Азии – в 2,6 раза» [23. – С. 10].

В наши дни такие результаты пока еще не достигнуты. Миграционная политика искусственно оторвана от управления социально-экономическим развитием страны и именно в силу этого далека от эффективности. До сих пор не удалось выработать систему объективного определения потребности регионов и экономики в целом в иностранной рабочей силе. Причины этого связаны не только с особенностями подготовки современных управленцев, но и в значительной мере с непрозрачностью бизнеса в тех областях, где избыточно востребованы иностранные работники (строительство, ЖКХ, торговля).

Необходим четкий непротиворечивый концептуальный подход. «Миграционная политика – это прежде всего воздействие на миграционное поведение, которое является одним из видов социального поведения, совокупностью действий или поступков, которые логически приводят к миграции населения» [3. – С. 55]. В советский период государство активно и последовательно формировало благоприятную миграционную ситуацию, регулируя миграционные потоки, содействуя адаптации и интеграции мигрантов [21. – С. 17–81]. Еще раз подчеркнем, что адаптационно-интеграционная инфраструктура, на которую тратилось государство, становилась основой для социокультурного развития регионов (строительство жилья, социальной инфраструктуры, включая развитие общего и профессионального образования), обеспечивала повышение качества человеческого капитала.

В настоящее время имеют место недооценка роли адаптации и интеграции трудовых мигрантов, понимание таковых исключительно в качестве гуманитарного атрибута для внешней миграции. Как следствие – отсутствие соответствующей инфраструктуры. Ее отсутствие – одна из причин неудовлетворительного обеспечения трудонедостаточных регионов качественными трудовыми ресурсами, крайне низкой мобильности российского населения.

Таким образом, приведенные материалы свидетельствуют, что современный период отличается от советского в первую очередь размытостью понимания и определения целей государственной политики в области миграции и интеграции. До сих

пор здесь перемешаны элементы ультралиберальной мультикультуралистской и государственнической моделей. Следствиями подобной концептуальной эклектики являются хаотичность миграционных потоков; неудовлетворительное обеспечение трудовыми ресурсами регионов страны; размах незаконной миграции, обеспечивающий теневую экономику; катастрофически растущая диспропорция в распределении населения на территории страны.

Отсутствие четкости в понимании миграции полностью отражается в недооценке значения социальной и культурной адаптации и интеграции мигрантов. Данные явления нередко рассматриваются лишь как средство гуманитарной поддержки иностранных мигрантов или даже как инструмент давления на принимающее население. Не случайно в настоящее время законодательство предусматривает отдельные фрагментарные адаптационно-интеграционные элементы, касающиеся отдельных и не самых многочисленных категорий иностранных граждан. Государство фактически самоустранилось из сферы адаптации и интеграции, уступив свое место некоммерческим организациям. Некоммерческий сектор может вносить свой вклад в работу на данном направлении, но он не в силах ни определять государственную политику, ни ее последовательно осуществлять.

Политико-правовые преобразования последних лет заложили основу для возрождения страны. Сегодня уже есть правовой фундамент для обеспечения интересов российского социума во всех сферах общественной жизни, включая миграционную.

Список литературы

1. ...А на Восток текла эвакуация : альманах / автор и составитель Г. Ю. Спевачевский; под ред. А. В. Ковтунова. – Самара : СамГУПС, 2011.
2. *Арефьев А. Л.* Иностранцы студенты в российских вузах : доклад на 3-м Всемирном форуме иностранных выпускников советских и российских вузов (Москва, ноябрь 2012 года) // ДемоскопWeekly. – 2013. – № 571–572. – URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2013/0571/analit02.php> (дата обращения: 21.05.2021).
3. *Денисенко М. Б., Ионцев В. А., Хорев Б. С.* Миграциология. – М. : Изд-во МГУ, 1989.

4. *Динь Ха Ми.* История и развитие вьетнамской диаспоры в России // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 20. – С. 72–74.
5. *Зайончковская Ж. А.* Демографическая ситуация и расселение. – М. : Наука, 1991.
6. *Корсунковский С.* Миграция через границы СССР в 1928 году // Статистическое обозрение. – 1929. – № 10. – С. 103–108.
7. *Краснов В. Г.* Интернационалисты на фронтах Гражданской войны. – М. : Знание, 1989.
8. *Манкевич Д. В.* Миграции населения СССР в первые послевоенные годы и заселение Калининградской области (1945–1950 гг.) // Ретроспектива: всемирная история глазами молодых исследователей. – 2008. – № 3. – С. 54–68.
9. *Моисеенко В. М.* Крестьянские переселения в 1920–е годы (из истории миграции в России) // Демографическое обозрение. – 2015. – Т. 2. – № 3. – С. 87–141.
10. *Моисеенко В. М.* Международная миграция в России (СССР) в конце XIX – первой трети XX века. Часть третья // Демографическое обозрение. – 2017. – Т. 4. – № 2. – С. 109–132.
11. *Нуен Тхи Хонг Бак Лиен.* Формирование и особенности вьетнамской иммиграции в СССР // *Gaudeamus Igitur*. – 2016. – № 3. – С. 43–46.
12. *Одинец В. П.* Иммиграция в СССР в довоенный период: профили математиков. – Сыктывкар : Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2019.
13. *Павлова В. В.* Государственное регулирование иммиграции рабочей силы в СССР в 1920–е гг. // Исторические науки и археология. – 2012. – № 12 (26). – Ч. 1. – С. 184–188.
14. *Пискунов С. А.* Государственная политика переселения в земельные районы Дальнего Востока СССР (середина 40-х – середина 60-х гг. XX века) : монография. – Благовещенск : Изд-во БГПУ, 2011.
15. *Платунов Н. И.* Переселенческая политика Советского государства и ее осуществление в СССР (1917 – июнь 1941 гг.). – Томск : Изд-во Томского ун-та, 1976.
16. *Потемкина М. Н.* Эвакуационное население в уральском тылу (1941–1948 гг.) : монография. – Магнитогорск : МаГУ, 2006.
17. *Пыстина Л. И.* Иностранцы-специалисты, иностранные рабочие в СССР (1920–30-е гг.) // Историческая энциклопедия Сибири : в 3 т. / Институт истории СО РАН. – Новосибирск : Историческое наследие Сибири, 2009.
18. *Роцин Ю. В.* Интеграция мигрантов в судьбе России. – М. : Авангард, 2011.
19. *Роцин Ю. В.* Миграция населения в судьбе России. – М. : Авангард, 2008.
20. *Рыбаковский Л. Л.* Миграция населения: прогнозы, факторы, политика. – М. : Наука, 1987.
21. *Рыбаковский Л. Л.* Население Дальнего Востока за 150 лет. – М. : Наука, 1990.
22. *Тарле Г.* Производственная иммиграция в Советскую Республику – одна из форм международной пролетарской солидарности // Участие трудящихся зарубежных стран в Октябрьской революции : сборник статей / отв. ред. И. И. Минц. – М. : Наука, 1967. – С. 329–340.
23. *Топилин А. В.* Территориальное переселение трудовых ресурсов в СССР. – М. : Экономика, 1975.

References

1. ...A na Vostok tekla evakuatsiya, almanakh [And the Evacuation Flowed to the East, almanac], author and compiler by G. Yu. Spevachevskiy; edited by A. V. Kovtunov. Samara, SamGUPS, 2011. (In Russ.).
2. *Arefev A. L.* Inostrannye studenty v rossiyskikh vuzakh, doklad na 3-m Vsemirnom forume inostrannykh vypusknikov sovetskikh i rossiyskikh vuzov (Moskva, noyabr 2012 goda)

[Foreign Students in Russian Universities: Report at the 3rd World Forum of Foreign Graduates of Soviet and Russian Universities (Moscow, November 2012)]. *DemoskopWeekly* [DemoscopeWeekly], 2013, No. 571–572. (In Russ.). Available at: <http://www.demoscope.ru/weekly/2013/0571/analit02.php> (accessed 21.05.2021).

3. Denisenko M. B., Iontsev V. A., Khorev B. S. *Migratsiologiya* [Migrationology]. Moscow, Izd-vo MGU, 1989. (In Russ.).

4. Din Kha Mi. *Istoriya i razvitie vietnamskoy diaspory v Rossii* [History and Development of the Vietnamese Diaspora in Russia]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and Practice of Social Development], 2015, No. 20, pp. 72–74. (In Russ.).

5. Zayonchkovskaya Zh. A. *Demograficheskaya situatsiya i rasselenie* [Demographic Situation and Settlement]. Moscow, Nauka, 1991. (In Russ.).

6. Korsunovskiy S. *Migratsiya cherez granitsy SSSR v 1928 godu* [Migration Across the Borders of the USSR in 1928]. *Statisticheskoe obozrenie* [Statistical Review], 1929, No. 10, pp. 103–108. (In Russ.).

7. Krasnov V. G. *Internatsionalisty na frontakh Grazhdanckoy voyny* [Internationalists on the Fronts of the Civil War]. Moscow, Znanie, 1989. (In Russ.).

8. Mankevich D. V. *Migratsii naseleniya SSSR v pervye poslevoennye gody i zaselenie Kaliningradskoy oblasti (1945–1950 gg.)* [Migration of the USSR Population in the First Post-War Years and the Settlement of the Kaliningrad Region (1945–1950)]. *Retrospektiva: vsemirnaya istoriya glazami molodykh issledovateley* [Retrospective: World History through the Eyes of Young Researchers], 2008, No. 3, pp. 54–68. (In Russ.).

9. Moiseenko V. M. *Krestyanskie pereseleniya v 1920–e gody (iz istorii migratsii v Rossii)* [Peasant Resettlements in the 1920s (from the history of migration in Russia)]. *Demograficheskoe obozrenie* [Demographic Overview], 2015, Vol. 2, No. 3, pp. 87–141. (In Russ.).

10. Moiseenko V. M. *Mezhdunarodnaya migratsiya v Rossii (SSSR) v kontse XIX – pervoy treti XX veka. Chast tretya* [International Migration in Russia (USSR) at the End of the XIX – First Third of the XX Century. Part Three]. *Demograficheskoe obozrenie* [Demographic Overview], 2017, Vol. 4, No. 2, pp. 109–132. (In Russ.).

11. Nguen Tkhi Khong Bak Lien. *Formirovanie i osobennosti vietnamskoy immigratsii v SSSR* [Formation and Features of Vietnamese Immigration in the USSR]. *Gaudeamus Igitur*, 2016, No. 3, pp. 43–46. (In Russ.).

12. Odinets V. P. *Immigratsiya v SSSR v dovoenny period: profili matematikov* [Immigration to the USSR in the Pre-War Period: Profiles of Mathematicians]. Syktyvkar, SSU named after Pitirim Sorokin, 2019. (In Russ.).

13. Pavlova V. V. *Gosudarstvennoe regulirovanie immigratsii rabochey sily v SSSR v 1920-e gg.* [State Regulation of Labor Immigration in the USSR in the 1920]. *Istoricheskie nauki i arkhologiiya* [Historical Sciences and Archaeology], 2012, No. 12 (26), Ch. 1, pp. 184–188. (In Russ.).

14. Piskunov S. A. *Gosudarstvennaya politika pereseleniya v zemledelcheskie rayony Dalnego Vostoka SSSR (seredina 40-kh – seredina 60-kh gg. XX veka), monografiya* [State Policy of Resettlement to Agricultural Regions of the Far East of the USSR (mid 40s – mid 60s of the XX century), monograph]. Blagoveshchensk, Izd-vo BGPU, 2011. (In Russ.).

15. Platonov N. I. *Pereselencheskaya politika Sovetskogo gosudarstva i ee osushchestvlenie v SSSR (1917 – iyun 1941 gg.)* [Resettlement Policy of the Soviet State and its Implementation in the USSR (1917 – June 1941)]. Tomsk, Izd-vo Tomskogo un-ta, 1976. (In Russ.).

16. Potemkina M. N. *Evakonaselenie v uralskom tylu (1941–1948 gg.), monografiya* [Evaconization in the Ural Rear (1941–1948), monograph]. Magnitogorsk, MaGU, 2006. (In Russ.).

17. Pystina L. I. Inostrannye spetsialisty, inostrannye rabochie v SSSR (1920–30-e gg.) [Foreign Specialists, Foreign Workers in the USSR (1920–30s)]. *Istoricheskaya entsiklopediya Sibiri* [Historical Encyclopedia of Siberia], in 3 vols. Institut istorii SO RAN. Novosibirsk, Historical Heritage of Siberia, 2009. (In Russ.).
18. Roshchin Yu. V. Integratsiya migrantov v sudbe Rossii [Integration of Migrants in the Fate of Russia, monograph]. Moscow, Avangard, 2011. (In Russ.).
19. Roshchin Yu. V. Migratsiya naseleniya v sudbe Rossii [Migration of the Population in the Fate of Russia, monograph]. Moscow, Avangard, 2008. (In Russ.).
20. Rybakovskiy L. L. Migratsiya naseleniya: prognozy, faktory, politika [Population Migration: Forecasts, Factors, Policies]. Moscow, Nauka, 1987. (In Russ.).
21. Rybakovskiy L. L. Naselenie Dalnego Vostoka za 150 let [The Population of the Far East for 150 years]. Moscow, Nauka, 1990. (In Russ.).
22. Tarle G. Proizvodstvennaya immigratsiya v Sovetskuyu Respubliku – odna iz form mezhdunarodnoy proletarskoy solidarnosti [Industrial Immigration to the Soviet Republic is One of the Forms of International Proletarian Solidarity]. *Uchastie trudyashchikhsya zarubezhnykh stran v Oktyabrskoy revolyutsii, sbornik statey* [Participation of Workers of Foreign Countries in the October Revolution. Collection of articles], edited by I. I. Mints. Moscow, Nauka, 1967, pp. 329–340. (In Russ.).
23. Topilin A. V. Territorialnoe pereselenie trudovykh resursov v SSSR [Territorial Relocation of Labor Resources in the USSR]. Moscow, Ekonomika, 1975. (In Russ.).

Сведения об авторе

Татьяна Алексеевна Бажан

доктор философских наук, профессор,
ведущий научный сотрудник научной школы
«Высшая школа публичной политики»
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,
Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: tbajan@mail.ru

Information about the author

Tatyana A. Bazhan

Doctor of Philosophy, Professor,
Leading Researcher of the Higher School
of Public Policy of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997,
Russian Federation.

E-mail: tbajan@mail.ru

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА: ОПЫТ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

В. С. Комарова, С. Н. Кукушкин

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В статье рассматривается содержание многоаспектного психологического и управленческого феномена «мотивация», представлены его трактовки в работах отечественных и зарубежных исследователей, показано соотношение понятий «мотивация» и «мотив». Доказывается значимость мотивации в эффективном управлении персоналом современных компаний, снижении текучести кадров, повышении интереса к результатам труда. Выделяются основные направления материальной и нематериальной мотивационной работы с персоналом. Основное внимание в статье уделяется анализу формы мотивации сотрудников в таких российских компаниях, как «Магнит», «Металлоинвест», BELUGA GROUP, Газпромбанк. Результаты исследования позволяют выявить как общие, универсальные тенденции мотивации персонала в российских компаниях (материальные выплаты, официальное оформление, возможности карьерного роста и др.), так и специфические, характерные только для определенной организации (корпоративные программы лояльности и поддержки сотрудников, автоматизация труда, предоставление корпоративного транспорта, бесплатный отдых на море, награды, предоставление спортзала и др.). Показано, что во многих крупных российских компаниях материальная оплата труда включает в себя фиксированную и нефиксированную части, при этом размер последней зависит от достижения сотрудниками ключевых показателей эффективности.

Ключевые слова: мотив, управление персоналом, материальное стимулирование, нематериальная мотивация, ключевые показатели эффективности.

PERSONNEL MOTIVATION: EXPERIENCE OF RUSSIAN COMPANIES

Veronika S. Komarova, Sergey N. Kukushkin

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

The article studies the content of the multi-aspect psychological and managerial phenomenon of 'motivation', provides its wordings in works by Russian and overseas researchers and shows correlation of notions 'motivation' and 'motive'. The author proves the importance of motivation for efficient HR management at today's companies, reduction in labour turnover and rising interest in work results. Key lines in tangible and intangible motivation work with personnel are underlined. The article pays special attention to analyzing the form of employees' motivation in such Russian companies as Magnit, Metalloinvest, BELUGA GROUP, Gasprombank. Findings of the research give an opportunity to identify general, universal trends of personnel motivation in Russian companies (benefits, official employment, career possibilities, etc.) and specific, typical only of a given organization (programs of corporate loyalty and employees' support, labour automation, corporate transport provision, free holidays on the sea side, awards, sport facilities, etc.). It is shown that in some big Russian companies remuneration includes fixed and non-fixed proportions, where the amount of the latter depends on employee's attaining of key indicators of efficiency.

Keywords: motive, HR management, material stimulation, intangible motivation, key indicators of efficiency.

Проблема мотивации является одной из самых сложных в психологии управления. Несмотря на большое количество исследований на эту

тему, единого мнения по ее поводу нет. Существуют самые разнообразные подходы к определению мотивации, и в зависимости от них решаются конкретные зада-

чи, связанные с управлением и организацией производства и другими важными практическими сферами.

Н. И. Мешков и Д. Н. Мешков в своей статье приводят мнение В. С. Мерлина, который считает, что управление действиями человека невозможно только с помощью мотивации, т. е. тогда, когда мы вызываем у него конкретные побуждения [8].

Можно выделить два подхода к исследованию мотивации. Первый, характерный в основном для западных ученых, считает мотивацию чисто биологическим свойством человека, обусловленным его инстинктами. В этом случае мотивация понимается как спонтанная, практически неподвластная разуму. К таким теориям относятся самые различные плюралистические теории инстинктов, первичных потребностей, страстей [8].

Подобный подход не позволяет определить в полной мере влияние других факторов на деятельность человека и его мотивацию. Российские ученые придерживаются другого подхода. Они исходят из понимания природы человека как биосоциальной, т. е. формирующейся на основе биологических качеств под влиянием социальной среды. Часто при этом признается ведущая роль социального. При этом биологическое и социальное не могут быть отделены друг от друга. Они составляют сложное единство, взаимодействуя и взаимопроникая друг в друга. У человека вообще невозможно выделить какие-то биологические качества, непосредственные социально.

В отечественной литературе также существуют разные подходы к определению и исследованию мотивации. Е. П. Ильин в своем фундаментальном исследовании мотивации выделяет два таких подхода. Согласно первому подходу мотивация – это многоструктурное образование, в которое входит ряд мотивов, или факторов. В качестве примера исследователь приводит схему В. Д. Шадрикова, по мнению которого мотивация зависит от потребностей и целей человека, уровня его притязаний и

идеалов, мировоззрения и др. Отталкиваясь от указанных факторов, человек принимает решение [5. – С. 65].

В соответствии со вторым подходом мотивация рассматривается как активное образование, как процесс. При этом оба подхода признают, что мотивация вторична по отношению к мотиву, а мотив – это что-то уже данное, известное.

Как считает Е. П. Ильин, отечественные авторы зачастую не понимают друг друга, когда дискутируют о мотивации (как В. Г. Асеев и В. И. Ковалев, которые вели дискуссию, понимая под одними и теми же терминами разные вещи). Однако Н. И. Мешков и Д. Н. Мешков пишут, что отечественные определения мотивации не противоречат друг другу [8].

Так или иначе во всех определениях мотивация выступает как детерминанта поведения человека. Чаще всего ее понимают как совокупность детерминирующих деятельность человека факторов. Например, по мнению В. Г. Асеева [1], в мотивацию входят все виды побуждений (цели, мотивы, интересы и др.), в том числе и некоторые свойства личности. Ряд исследователей (например, Э. А. Непомнящая) полагают, что мотивацию следует рассматривать как комплекс мотивов.

Соотношение мотивации и мотива также весьма сложно понять. У разных авторов то мотив предшествует мотивации, то наоборот. Е. П. Ильин посвятил рассмотрению мотива серьезную часть своей монографии. Н. И. Мешков и Д. Н. Мешков останавливаются на том соотношении мотива и мотивации, которое присутствует в теории мотивации И. А. Джидарьян. По ее мнению, мотив по сравнению с мотивацией – более узкое понятие; это психологический фон, на котором протекает процесс мотивации. Мотивацию же следует рассматривать как сложный механизм, благодаря которому человек определяет направление и способы реализации своей деятельности [3].

Е. П. Ильин при определении мотива приводит его представления у разных ав-

торов в самых разных ракурсах: как потребность, как цель (предмет удовлетворения потребности), как побуждение, как намерение, как устойчивые свойства (личностные диспозиции), как состояние, как формулировку, удовлетворенность. Это показывает, насколько широка палитра понимания этого термина [5. – С. 46–65]. Поэтому сам он определяет его как сложное комплексное явление, вдаваться в сущность которого мы сейчас не будем.

Н. И. Мешков и Д. Н. Мешков выделяют разные представления о мотивах. Например, в качестве мотива отмечаются осознаваемые причины, которые лежат в основе выбора действия и поступков личности [8]. Это довольно часто употребляемое определение мотива, которое можно дополнить еще несколькими деталями. При всей сложности и многомерности понимания мотива в практических целях можно пользоваться достаточно упрощенным определением, которое отражает в целом сущность данного понятия.

Некоторые ученые выступают против понятия осознаваемости мотивов, так как иногда в основе действий человека лежат аффективные, неосознанные побуждения, правда, чаще всего это западные ученые. Отечественные исследователи, как правило, настаивают на осознаваемости мотивов [8. – С. 41].

Таким образом, мотивация деятельности – сложное понятие психологии, которое не имеет единого определения и отражает сложную, определяемую внутренними и внешними, биологическими и социальными факторами детерминацию поведения человека. Однако для практического применения пригодны достаточно простые определения, которые используются при рассмотрении такого вопроса, как мотивация персонала.

В частности, в западных источниках применяют такое определение: «Мотивация – процесс стимулирования себя и других на деятельность, направленный на достижение индивидуальных и общих целей организации» [Цит. по: 4].

Отечественные исследователи в области менеджмента определяют мотивацию следующим образом: «Это стремление работника удовлетворить свои потребности посредством трудовой деятельности»¹. Это определение мотивации со стороны работника. В. И. Подлесных в своем определении отражает другую сторону мотивации – мобилизацию работников менеджерами на выполнение своей работы: «Мотивация – процесс активизации работы людей и побуждения их к эффективному труду для достижения целей организации как средства удовлетворения их собственного желания» [Цит. по: 4].

Видим, что применительно к практическим целям эффективного управления персоналом организации понятие «мотивация» освобождается от своей сложной философско-психологической подоплеки и становится вполне понятным стремлением принести пользу своим трудом как организации, так и себе самому или активизацией этого стремления со стороны менеджера.

Работа с персоналом в настоящее время становится первостепенной задачей любой организации. Руководители все больше понимают, что персонал – это основной капитал и движущая сила компании, поэтому его следует рассматривать как компонент, который непосредственно влияет на финансовую успешность организации. В ситуации усиливающейся конкуренции на рынке труда, текучести кадров, снижения производительности труда, распространения коронавирусной инфекции и др. политика управления персоналом требует еще большего внимания со стороны руководства [6. – С. 51].

Как было показано выше, мотивация должна соотноситься с потребностями конкретного сотрудника, удовлетворять их, помогать ему достигать поставленных целей. Мотивация важна не только для сотрудников, но и в целом для организации [6]. При этом для успешного стабильного

¹ URL: https://vkr.pspu.ru/uploads/12244/Potapova_vkr.pdf

развития в условиях конкурентной борьбы система мотивации персонала должна быть действительно грамотно построенной и действовать на постоянной основе, поскольку только таким образом можно достичь стабильной слаженной работы коллектива.

Эффективная система мотивации персонала позволяет повысить интерес к труду, его производительность и инновационную активность [9. – С. 247]. Для этого необходимо прежде всего взаимоувязать цели деятельности организации с интересами и потребностями сотрудников. Такая мотивационная программа должна быть проста и понятна для всех. В этом случае каждый сотрудник будет понимать, что ему необходимо сделать, чтобы достичь вознаграждения за свой добросовестный труд. Если мотивационная программа построена грамотно, люди сами меняют свое поведение, улучшают свою работу, чтобы добиться вознаграждения. Если же связь целей организации и эффективной работы сотрудников не просматривается, люди начинают принимать вознаграждение за постоянные выплаты и не пытаются улучшить свою работу. Это происходит в случае разрыва цепочки «цель – критерии достижения – мотивационная программа». Организация в таком случае не развивается, стоит на месте [4. – С. 124].

К основным направлениям мотивационной работы с персоналом можно отнести следующие:

– *во-первых, это выплата вознаграждений.* Система вознаграждений должна быть гибкой и понятной и всегда назначаться за выполненную работу, чтобы сотрудники понимали зависимость этих вознаграждений от эффективности их трудовой деятельности;

– *во-вторых, работник должен быть уверен в завтрашнем дне и стабильности своей работы.* Если он понимает, что не попадет в скором времени под сокращение, у него повышается заинтересованность в преуспевании организации;

– *в-третьих, возможность карьерного роста.* Если ее нет, нет и стимула повышать производительность труда и качество своей работы;

– *в-четвертых, социальный пакет.* Сюда могут относиться расширенная медицинская страховка, вознаграждения к праздникам, возможность пользоваться автомобилем организации, ведомственное жилье для иногородних, путевки для детей в оздоровительные лагеря, частично оплаченные организацией, и пр.;

– *в-пятых, это возможность постоянного повышения квалификации* – тренинги, семинары и т. п.;

– *в-шестых, это командная работа.* Если в организации созданы такие условия, когда сотрудники доверяют друг другу и способны объединяться ради общих целей, они продолжают работать вместе даже в условиях кризиса;

– *в-седьмых, как сам сотрудник, так и его работа должны цениться* [4. – С. 125].

По мнению И. В. Кушнаревой и М. В. Бугаевой, лучшим инструментом признания достижений сотрудника являются слова благодарности, высказанные в окружении его коллег [7. – С. 104]. При этом руководитель должен помнить, что программа мотивации должна постоянно совершенствоваться и при необходимости корректироваться.

Мотивация персонала может быть материальной и нематериальной. Материальная мотивация заключается в оплате заработной платы, премий, бонусов. Не всегда только материальная мотивация может достичь своей цели, хотя многие руководители придерживаются такой позиции [7. – С. 101]. Вознаграждения и разного рода льготы должны сопровождаться и другими методами. В частности, кроме указанного нами карьерного роста (метод карьерной мотивации), это могут быть метод эмоциональной мотивации, метод культурной мотивации, метод конкурентной мотивации [9. – С. 250].

Эмоциональная мотивация состоит в формировании эмоциональной связи со-

трудника с работой организации и другими сотрудниками. Культурная мотивация заключается в выработке корпоративной культуры, которая способна сплотить работников и повысить эффективность их труда. Корпоративная культура создает у каждого работника видение целей и задач организации и стремление воплотить их в жизнь.

Вместе с тем разделение методов и средств мотивации на материальные и нематериальные уже уходит в прошлое. Современные менеджеры все больше склоняются к синергетическому подходу в управлении персоналом и, соответственно, в мотивировании сотрудников. Это означает грамотное и гибкое сочетание методов и материального, и нематериального стимулирования. Такая система предполагает усиление воздействия материальных и нематериальных методов путем их взаимного применения. Основными условиями эффективной работы такой системы являются ее справедливость, обоснованность, динамичность и прозрачность [9. – С. 251].

Как уже отмечалось, для современной организации важна взаимосвязка целей и потребностей персонала с целями самой организации. Это предполагает согласование ценностей организации и ценностей персонала, что может быть достигнуто при создании корпоративной культуры и эмоциональной привязанности сотрудников и организации. При этом достигается эффект взаимного влияния ценностей: ценности компании оказывают влияние на стимулы и ожидаемое поведение сотрудников, а их ценности – на мотивы и ожидаемый результат трудовой деятельности. Это возможно при условии, что совпадают базовые ценности компании и персонала – доверие и справедливость [2. – С. 404]. При отсутствии справедливости никакие методы стимулирования не будут работать в должной степени. То же можно сказать и о взаимном доверии. Менеджеры должны всегда помнить, что эти ценности – краеугольный камень их работы.

В современной экономике возрастает роль интеллектуального труда, который предполагает высокий образовательный уровень сотрудников, их серьезную заинтересованность в результатах работы и самостоятельное решение ими задач. Для этого сотрудники должны быть ответственными, коммуникабельными, уметь работать в команде, выполнять проекты, подбирать для этого соответствующие ресурсы и средства, а также самостоятельно оценивать полученные результаты.

Сотрудник, обладающий указанными навыками и умениями, качественно выполняющий свою работу, награждается за личный и коллективный результат труда. Если такой работник нацелен на успех, он будет еще более активным в поиске новых возможностей совершенствования рабочих процессов. Для профессионала своего дела важно, чтобы личные и групповые результаты работы соотносились, поэтому главной мотивацией для него будет признание его заслуг [2. – С. 405].

Чтобы понять, что мотивирует работников современных российских компаний, обратимся к результатам последних социологических исследований.

Согласно ежегодному исследованию Kelly «Мотивация персонала 2020»¹, в котором приняли участие 940 респондентов, из них 56% специалистов, 29% линейных руководителей, 8% руководителей высшего звена и 4% без опыта работы, большинство опрошенных мотивируют уровень оплаты труда и социальный пакет (60%); финансовую устойчивость, стабильность компании (47%); официальное оформление, белую заработную плату (33%); профессионализм коллег (24%); масштабные и интересные задачи (19%); возможность карьерного роста (19%); комфортную атмосферу в компании (17%). Менее всего опрошенных мотивируют удобное место-

¹ URL: https://www.kellyservices.ru/rails/active_storage/blobs/eyJfcmFpbHMiOnsibWVzc2FnZSI6IkJBaHBBN2M1REE9PSlImV4cCI6bnVsbCwicHVyIjoiYmxvY19pZCJ9fQ==--e6c43bc9cc65648a3349ed0c999228d6f41a5e53/motivation2020.pdf

расположение офиса (4%) и отсутствие переработок (3%).

Позитивно влияют на мотивацию следующие опции социального пакета: личная медицинская страховка (ДМС) (69%), корпоративное обучение (44%) и возможность работать удаленно полностью или частично (40%); менее всего – страхование жизни (4%).

На вопрос «Если Вас полностью устраивает заработная плата, с чем Вы готовы мириться в работе?», были получены следующие наиболее частые ответы: рутинность работы (49%), отсутствие карьерного роста (34%), регулярные переработки (33%), неофициальное трудоустройство, заработная плата в конверте (23%).

Если сотрудник решил покинуть компанию, то, по ответам респондентов, его могут удержать повышение заработной платы (69%), новые интересные задачи (36%), работа за рубежом (25%), ничего (13%), карьерный рост без повышения заработной платы, дополнительное обучение и снижение рабочей нагрузки (по 11%). 92% респондентов обращают внимание на репутацию работодателя.

Дополнительное позитивное влияние на мотивацию оказывают публичное признание успехов (корпоративные конкурсы, похвала руководителя) (29%); корпоративные коммуникации (презентация итогов работы, корпоративная отчетность, коммуникации с руководством компании) (18%); ничего, неважно наличие этих факторов в компании (18%); корпоративные тренинги (17%); корпоративные праздники (Новый год, день рождения компании) (12%); развитые внутренние коммуникации (интранет, корпоративная пресса) (5%).

Для анализа форм мотивации сотрудников в современных российских компаниях «Магнит», «Металлоинвест», BELUGA GROUP, «Газпромбанк» (Акционерное общество) были использованы отчеты об их устойчивом развитии, представленные в открытом доступе в сети Интернет.

Для мотивации и повышения уровня вовлеченности сотрудников компания «Магнит» активно внедряет новые инициативы и программы лояльности¹. Например, в 2020 г. в секторе логистики были разработаны следующие инициативы: программа «Здоровый образ жизни», облегчение тяжести труда через автоматизацию, сквозная программа лояльности.

Для повышения мотивации и лояльности сотрудников компания «Магнит» придерживается принципа равной оплаты труда. При установлении оплаты труда и продвижении работников руководство учитывает исключительно профессиональные качества и трудовые результаты. Работа на аналогичных позициях оплачивается одинаково.

Помимо материального вознаграждения, компания «Магнит» представляет работникам широкую систему льгот и мотивационных программ. В отчетном периоде были запущены дополнительные сервисы для сотрудников по медицинской поддержке (телемедицина, консультации медицинских партнеров, второе мнение), а также расширена география предоставления медицинских услуг по ДМС и значительно усовершенствовано наполнение программ страхования. В 2020 г. общие расходы на социальный пакет работников и прочие выплаты составили 994 млн рублей.

Система нематериальных льгот для сотрудников компании «Магнит» включает:

- компенсацию проезда в отпуск сотрудникам северных регионов;
- оплату отпуска для санаторно-курортного лечения;
- компенсацию мобильной связи;
- корпоративное такси;
- предоставление и обслуживание корпоративного транспорта, а также компенсацию топлива;
- перелеты в домашний регион для релоцированных сотрудников, а также ком-

¹ URL: <http://report2020ru.magnit.com/reports/magnit/annual/2020/gb/Russian/1.html>

пенсации, связанные с наймом и поиском жилья;

- добровольное медицинское страхование (ДМС);
- материальную помощь сотрудникам в сложной жизненной ситуации;
- частичную компенсацию питания;
- подарки для детей сотрудников к Новому году;
- наборы первоклассника;
- бесплатный отдых на черноморском побережье для водителей;
- золотые значки сотрудникам с непрерывным стажем более 10 лет работы в компании;
- грамоты и награды от Минпромторга России;
- призы сотрудникам в рамках конкурсов;
- создание комфортных условий труда и отдыха для сотрудников головного офиса: спортзал, спортплощадка, столовая, льготные программы по карте «Тандер-дисконт» и др.

Часть льгот действует только для работников головной компании, однако руководство работает над расширением перечня сотрудников, охваченных нематериальными льготами.

Принимая во внимание тот факт, что после пандемии компании, возможно, уже не вернуться полностью к прежнему рабочему укладу, ПАО «Магнит» приступило к переходу на гибкое посещение офиса. Компания разработала подход, при котором сотрудники были разделены на категории: 30% могут работать только из офиса, 50% – из дома и офиса, 20% – полностью перешли на домашний офис.

В компании «Металлоинвест», как и в большинстве российских организаций, действуют материальные и нематериальные инструменты мотивации сотрудников¹. Руководство компании уделяет особое внимание нематериальной мотивации

тех работников, которые вносят весомый вклад в решение производственных задач.

С 2019 г. в «Металлоинвесте» реализуется унифицированная наградная политика: за высокие достижения и заслуги сотрудники компании могут быть награждены государственными, ведомственными, региональными, муниципальными или корпоративными наградами. К последним относятся почетная грамота, благодарность, медаль «За реализацию крупного инвестиционного проекта «Металлоинвест», почетное звание «Человек года Металлоинвест» и др.

Согласно отчету об устойчивом развитии компании за 2019 г., количество сотрудников, которые стали более мотивированы выдвигать новые идеи, эффективные способы решения задач, увеличилось на 6% и составило 64%. Увеличилась также доля персонала, положительно ответивших на вопрос о справедливости заработной платы за выполняемые обязанности (48%). 69% сотрудников компании могут высказывать свое мнение открыто, не боясь негативных последствий. 53% сотрудников «Металлоинвеста» считают, что существующая система премирования мотивирует их улучшать результаты труда.

Согласно отчету об устойчивом развитии компании BELUGA GROUP², которая является одним из крупнейших производителей и дистрибьюторов алкогольной продукции в России, в компании разработано Положение об оплате труда и материальном стимулировании работников, которое определяет порядок и условия оплаты труда сотрудников.

Базовая заработная плата сотрудников определяется в зависимости от грейда. В 2020 г. в компании была внедрена система грейдирования должностей, что позволило выстроить четкую должностную иерархию и сравнить уровень оплаты труда с рыночным. Результаты оценки должностей легли в основу новой системы льгот и мониторинга вознаграждений. Руковод-

¹ URL: <https://www.metalloinvest.com/upload/iblock/132/our192ru.pdf>

² URL: <https://belugagroup.ru/upload/documents/beluga%20sustainability%20report.pdf>

ство BELUGA GROUP надеется, что это окажет положительное влияние на уровень вовлеченности и лояльности сотрудников компании.

В 2020 г. также была запущена процедура ежегодного пересмотра заработных плат, которая основана на трех ключевых показателях:

- сравнение заработной платы с заработной платой на рынке труда;
- результативность работы сотрудника за предыдущий год;
- уровень компетенций и потенциал сотрудника.

В компании существует система дополнительных выплат и премирования на основе ключевых показателей эффективности, которые разрабатываются для каждой должности в зависимости от бизнес-задач. Так, в магазинах сети «ВинЛаб» действует собственная система премирования продавцов, в рамках которой размер бонуса сотрудника рассчитывается на основе совершенных продаж.

Оптимизируя работу предприятий компании, руководство BELUGA GROUP продолжает заботиться о своих сотрудниках. Например, после закрытия Хабаровского ликеро-водочного завода компания предоставила его работникам возможность трудоустройства на других предприятиях компании.

Система оплаты труда и мотивации работников Газпромбанка сочетает в себе материальное и нематериальное стимулирование¹. К основным задачам данной системы относятся:

- обеспечение финансовой устойчивости банка за счет единого порядка выплат сотрудникам с учетом качества их труда, опыта работы, квалификации, полученных результатов;
- поиск и удержание новых сотрудников, которые обладают таким опытом работы и квалификацией, которые требуются руководству банка;

– мотивация сотрудников достигать целей, сформулированных руководством и менеджерами банка.

Оплата труда в Газпромбанке состоит из фиксированной и нефиксированной частей. Последняя зависит от достижения сотрудником банка ключевых показателей эффективности. На размер заработной платы в Газпромбанке влияет мнение специалистов профсоюзной организации.

Традиционно в Газпромбанке уделяется большое внимание формам нематериального стимулирования – общественному признанию заслуг работников. В банке ежегодно работникам присваиваются почетные звания и знаки отличия («Отличник Банка ГПБ (АО)», «Лучший сотрудник года»), вручаются почетные грамоты, благодарственные письма председателя правления банка. Информация о лучших работников размещается на Доске почета «Честь и гордость Банка», которая в 2020 г. была переведена в онлайн-формат. Нововведением 2020 г. стала также публикация историй успеха работников на странице банка в «Инстаграме».

Проведенный анализ показал, что основными способами мотивации персонала, несомненно, являются заработная плата и другие формы материального вознаграждения. Однако каждая из указанных компаний уделяет большое внимание и нематериальному стимулированию сотрудников. Появление ряда нематериальных льгот обусловлено современной ситуацией с пандемией коронавирусной инфекции (возможность работать удаленно, телемедицина, публикация историй успеха сотрудников в социальных сетях и др.). Каждая компания выбирает способы мотивации своих сотрудников исходя из специфики деятельности и потребностей персонала.

¹ URL: <https://www.gazprombank.ru/sustainability/management/hr-policy-and-staff-motivation/>

Список литературы

1. Асеев В. Г. Мотивация поведения и формирования личности. – М. : Мысль, 1976.
2. Депутатова Л. Н., Мингалева Ж. А., Старков Ю. В. Механизм формирования трудовой мотивации работников // Известия Саратовского университета. – 2018. – Т. 18. – Вып. 4. – С. 401–406.
3. Джидарьян И. А. О месте потребностей, эмоций и чувств в мотивации личности // Теоретические проблемы психологии личности / под ред. Е. В. Шороховой. – М. : Наука, 1974. – С. 145–169.
4. Еранцева О. А. Актуальные вопросы мотивации персонала в условиях рынка // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 10–1 (56). – С. 124–126.
5. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. – СПб. : Питер, 2002.
6. Кирилина О. Н. Роль мотивации в управлении персоналом // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2019. – № 3. – С. 51–56.
7. Кушнарева И. В., Бугаева М. В. Повышение эффективности управления персоналом с применением современных методов мотивации // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2–1. – С. 100–107.
8. Мешков Н. И., Мешков Д. Н. Мотивация личности как ключевая проблема психологии // Интеграция образования. – 2015. – Т. 19. – № 1 (78). – С. 37–43.
9. Митрофанова И. А., Пономарева А. С., Трилицкая О. Ю. Совершенствование механизма мотивации и стимулирования труда работников предприятий // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2018. – Т. 8. – № 3А. – С. 247–256.

References

1. Aseev V. G. Motivatsiya povedeniya i formirovaniya lichnosti [Behavior Motivation and Personality Shaping]. Moscow, Mysl, 1976. (In Russ.).
2. Deputatova L. N., Mingaleva Zh. A., Starkov Yu. V. Mekhanizm formirovaniya trudovoy motivatsii rabotnikov [Mechanism of Developing Labour Motivation of Employees]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta* [Izvestiya of the Saratov University], 2018, Vol. 18, Issue 4, pp. 401–406. (In Russ.).
3. Dzhidaryan I. A. O meste potrebnostey, emotsiy i chuvstv v motivatsii lichnosti [Concerning the Place of Needs, Emotions and Feelings in Personality Motivation]. *Teoreticheskie problemy psikhologii lichnosti* [Theoretical Problems of Personality Psychology], edited by E. V. Shorokhova. Moscow, Nauka, 1974, pp. 145–169. (In Russ.).
4. Erantseva O. A. Aktualnye voprosy motivatsii personala v usloviyakh rynka [Acute Issues of Personnel Motivation in Market Conditions]. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika* [Economy and Business: Theory and Practice], 2019, No. 10–1 (56), pp. 124–126. (In Russ.).
5. Ilin E. P. Motivatsiya i motivy [Motivation and Motives]. Saint Petersburg, Piter, 2002. (In Russ.).
6. Kirilina O. N. Rol motivatsii v upravlenii personalom [The Role of Motivation in HR Management]. *Biznes-obrazovanie v ekonomike znaniy* [Business-Education in Economy of Knowledge], 2019, No. 3, pp. 51–56. (In Russ.).
7. Kushnareva I. V., Bugaeva M. V. Povyshenie effektivnosti upravleniya personalom s primeneniem sovremennykh metodov motivatsii [Raising Efficiency of HR Management by Using Advanced Methods of Motivation]. *Vestnik Altayskoy akademii ekonomiki i prava* [Bulletin of the Altay Academy of Economics and Law], 2019, No. 2–1, pp. 100–107. (In Russ.).

8. Meshkov N. I., Meshkov D. N. Motivatsiya lichnosti kak klyuchevaya problema psikhologii [Personality Motivation as Key Problem of Psychology]. *Integratsiya obrazovaniya* [Education Integration], 2015, Vol. 19, No. 1 (78), pp. 37–43. (In Russ.).

9. Mitrofanova I. A., Ponomareva A. S., Trilitskaya O. Yu. Sovershenstvovanie mekhanizma motivatsii i stimulirovaniya truda rabotnikov predpriyatiy [Improving the Mechanism of Motivation and Stimulation of Employees' Work at Enterprises]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today, Tomorrow], 2018, Vol. 8, No. 3A, pp. 247–256. (In Russ.).

Сведения об авторах

Вероника Сергеевна Комарова

аспирантка кафедры организационно-управленческих инноваций

РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36

E-mail: vkomarova1998@gmail.com

Сергей Николаевич Кукушкин

кандидат экономических наук, доцент кафедры организационно-управленческих инноваций

РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: kykychkin@mail.ru

Information about the authors

Veronika S. Komarova

Post-Graduate Student of the Department for Organizational and Managerial Innovations of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: vkomarova1998@gmail.com

Sergey N. Kukushkin

PhD, Assistant Professor of the Department for Organizational and Managerial Innovations of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: kykychkin@mail.ru

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МОДЕЛИРОВАНИЯ БИЗНЕСА ДЛЯ СТАРТАПА

О. А. Елина

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В статье дается критериальная оценка понятия «стартап» в контексте практики его применения в бизнес-среде и научной литературе, а также авторское определение термина. На основе анализа потенциала российского бизнеса с точки зрения возможностей для развития стартапов выявляются основные проблемы начинающих бизнесменов. Цель исследования – показать, как цифровые технологии способствуют запуску стартапов и возможности реализации его основного признака – взрывного масштабирования в короткие сроки. Автором проведен анализ имеющихся на рынке информационных технологий для стартапов, систематизированы основные требования к ним, показана доступность бесплатных BMP-систем в базовых версиях для малого и среднего предпринимательства (МСП). В результате исследования показано, что появление стартапов в среде МСП является, с одной стороны, вызовом данному сектору, а с другой – создает точки глобального роста национальной экономики. Цифровая трансформация сейчас происходит там, где оцифровываются существующие или создаются новые цифровые структуры. Основные из них – цифровые, автоматизированные структуры продаж и маркетинга; новые виды лояльности, поддержки и обслуживания клиентов; новые продукты, услуги и бизнес-модели. Автор обозначил четыре проблемы для традиционно позиционируемых компаний с аналоговой бизнес-моделью: цифровая трансформация предоставляет инструменты, среду и возможности для улучшения существующих бизнес-процессов и реализации новых бизнес-идей, которые требуют оперативного внедрения; бизнес-модели стартапов обостряют конкуренцию в среде МСП; традиционная политика нулевой ошибки не позволяет малым и средним предприятиям внедрять инновации; малым и средним компаниям трудно удержать квалифицированный ИТ-персонал. Решение этих проблем может стать возможностью перевести традиционную компанию МСП в статус стартапа.

Ключевые слова: стартап, цифровые технологии, бизнес-моделирование, цифровая трансформация, BMP-системы.

DIGITAL TECHNOLOGIES FOR MODELING BUSINESS FOR THE START-UP

Olga A. Elina

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

The article provides a criterial assessment of the notion 'start-up' in the context of its use in business environment and academic literature and, at the same time, the author's definition of the term. By analyzing the potential of Russian business in view of possibilities for start-up development the author shows key problems of businesspeople-beginners. The goal of the research is to demonstrate how digital technologies promote business start and what opportunities can be used to bring into life its major characteristic, i.e. impetuous growth within a short period of time. The author analyzes existing on the market information technologies for start-ups, systematizes principle requirements to them and shows accessibility of free BMP-systems in initial variants for small and medium entrepreneurship (SME). Findings of the research prove that start-up emergence in SME environment is, on the one hand, a challenge to the given sector and, on the other hand, could create a spot of global growth for national economy. Digital transformation today takes place in location, where existing digital structures are digitalized or new ones are designed. The most important of them are digital, automated structures of sale and marketing; new types of customer loyalty, support and service; new products, services and business-models. The author identifies 4 problems for conventionally positioned companies with the analogue business-model: digital transformation provides tools, environment and opportunities for improving the existing business-processes and implementing new business ideas, which require operative introduction; business-models of start-ups make competition in SME

environment more severe; traditional policy of 'zero mistake' would not allow small and medium enterprises to introduce innovation and retain highly-qualified personnel. Solution of these problems can give an opportunity to move a traditional MSE company to the category of start-up.

Keywords: start-up, digital technologies, business modeling, digital transformation, BMP-system.

Сущностное определение стартапа в современной бизнес-среде

Появление термина «стартап» связывают с подъемом Кремниевой долины, которая начала свое развитие в США в 1970-х гг. в виде концентрации технологических компаний вокруг Стэнфордского университета [12]. Ее появление оказало большое влияние на технологическое развитие мира. Термин «Кремниевая долина» впервые был введен в 1971 г. в журнале *Electronic News*. Тогда его применяли в основном к компаниям, которые производили полупроводники, их основным ингредиентом был кремний. В 1980-х гг. термин «Кремниевая долина» активно завоевывал как территории (он использовался для обозначения целой области Пало-Альто, Купертино, Саннивейл и Маунтин-Вью), так и направления и виды предпринимательской деятельности.

Сейчас феномен стартапов больше не ограничивается Кремниевой долиной и США, он стал полностью глобальным явлением с центрами роста по всему миру, такими как Стокгольм, Берлин, Лондон, Хельсинки, Тель-Авив, Сингапур, Пекин и Токио. Даже во многих развивающихся странах есть центры стартапов, активные инкубаторы и акселераторы, что создает благодатную почву для развития новых видов предпринимательских идей.

С момента введения термина «стартап» в конце 70-х гг. прошлого века оно означало «компанию с короткой историей операционной деятельности» [11]. Другими словами, это просто недавно появившаяся компания или бизнес, и под такое определение формально попадают все недавно зарегистрированные для ведения бизнеса юридические лица или предприниматели.

В сознании современных людей стартап как явление ассоциируется с успешной новой компанией, стремительно развиваю-

щейся и захватывающей рынок, принося своим владельцам огромную прибыль. Такая ассоциация понятна, так как у всех на виду примеры того, как стремительно развивались знаменитые стартапы Facebook, Instagram, Space-X, Tesla и многие другие. Также понятно, что разорившийся новый бизнес, даже если у предпринимателя были самые прогрессивные и перспективные идеи, никто стартапом не назовет. Аналогично, если предприниматель решил начать новый бизнес, открыв обычное кафе, которое ничем не отличается от соседних, копируя успешную бизнес-модель, то в сознании людей это также не является стартапом, а воспринимается просто как малый бизнес, который открывается каждый день и закрывается почти в том же количестве.

Центры стартапов сейчас существуют по всему миру. Где-то они сложились стихийно и самостоятельно, где-то это управляемый государством и другими общественно-социальными структурами процесс. Например, стартапами в Финляндии руководят студенты. Примерно в 2009 г., в то же время, когда был основан Университет Аалто, группа студентов сформировала AaltoES – Общество предпринимателей Аалто, которое стало движущей силой роста финской стартап-деятельности. Общество меняет общественные мнения, взгляды и бизнес-технологии, создало Slush – ведущее в мире событие для стартапов и Junction – крупнейший хакатон в Европе. Вся сцена скандинавских стартапов отличается от других. Например, все больше внимания уделяется оказанию положительного влияния на наш мир и поддержке концепции устойчивого развития. Другой пример быстрорастущего движения стартапов – Азия, где сегодня многие отдельные города являются активными центрами стартапов

Так что же такое стартап в настоящее время и отличается ли стартап от вновь зарегистрированного малого бизнеса? Многие ученые, бизнесмены, аналитики изучали, комментировали данное явление и предлагали свои определения. Например, профессор Стэнфордского университета Стив Бланк предложил такое: «Стартап – это временная организация, созданная для поиска бизнес-модели, которая является повторяемой и масштабируемой» [2].

Некоторые исследователи, ученые и практики придерживаются мнения, что стартапом является создание нового продукта/дела только в интернет-пространстве [13]. Другие представляют стартап как любое дело, приносящее доход на старте его создания [8]. При этом, безусловно, все отмечают, что стартапы основываются на инновациях [9]. С точки зрения потенциала масштабирования в практике бизнеса в последние десятилетия применяется устоявшийся термин «компания-единороги» (компании, капитализация которых за короткий срок достигла 1 млрд долларов) и их классификация: юникорны, декакорны, куинквагинтакорны, гектокорны [6]. Подводя итог, можно выделить основные общие характеристики стартапов, которые единодушно отмечают различные специалисты, практики и исследователи направления:

- стартап – бизнес с нуля;
- стартап основан на новой идее и бизнес-модели;
- стартап – это инновации (технологические или управленческие);
- стартап – это бизнес с высоким потенциалом развития.

Обобщая все вышесказанное, можно дать определение стартапа, актуальное в разрезе его применения на современном этапе в научном и практическом аспекте: это бизнес-проект (предпринимательская структура или проект в рамках структуры), созданный для реализации новой бизнес-модели, находящийся в начальной фазе существования, характеризующийся

инновационностью, имеющий потенциал масштабироваться.

Можно выделить пять четко выраженных стадий развития стартапа [7]:

1. *Поисково-исследовательская* (Problem/Solution Fit) – поиск и подтверждение существования проблемы, поиск решений, исследования и обоснования, что предложенные решения адекватны проблеме.

2. *Проектная* (Minimum Viable Product – MVP) – разработка продукта с минимальным функционалом, позволяющим решать проблему.

3. *Маркетинговая* (Product/Market Fit) – подтверждение, что у продукта есть рынок сбыта, ценностного предложения, оптимизация воронки привлечения пользователей, подтверждение канала продаж.

4. *Масштабирование* (Scale) – разработка концепции и стратегии масштабирования успешной бизнес-модели, поиск инвестора.

5. *Переход* (Maturity) – стадия зрелости, переход от стартапа к бизнесу.

Переход в стадию масштабирования завершает этап стартапа для данного проекта или компании, но дает распространение технологии, продукту, бизнесу.

С точки зрения потенциала для развития стартапов Россия не обделена молодыми и перспективными людьми, готовыми придумывать и воплощать интересные идеи стартап-проектов. Безусловно, существует ряд проблем, которые встают на пути у начинающих бизнесменов как в России, так и во всем мире. К основным из них относятся:

1. *Потребность в развитой инфраструктуре поддержки.* Наиболее актуальной в данном случае является финансовая поддержка: начинающему предпринимателю очень сложно взять кредит под приемлемый процент, финансовые риски стартап-проекта очень велики. У стартапа есть шансы получить инвестиции от венчурных фондов, частных инвесторов или краудфандинговых сборов, но они не гарантированы и требуют существенных усилий для привлечения.

2. Временные ограничения стартапов.

Стандартный цикл стартапа продолжается от 6 до 8 месяцев, после чего становится ясно, имеет ли продвигаемая идея потенциал роста и шанс для существования и развития. Этот период требует усиленной работы, наличия эффективной команды, которая владеет широким спектром знаний и навыков как в бизнесе, так и в прикладных науках в рамках выбранного вида деятельности, полного погружения команды в процесс.

3. *Выживаемость и реализация.* Ускорение процессов развития бизнеса увеличивает динамику рождения и масштабирования и одновременно оказывает обратное воздействие: 50% стартапов терпят неудачу в течение первых 3 лет работы [5].

В России центры становления стартап-движения находятся в стадии формирования. Сегодня в активно растущей цифровой экономике создание технологического стартапа – это способ с минимальными финансовыми затратами масштабировать его за короткий промежуток времени. С помощью новых технологий и других связанных с ними достижений предприниматели внедряют уникальные бизнес-идеи, которые помогают улучшить и удовлетворить потребности общества [1].

Цифровые решения и программное обеспечение для стартапа

Инновационная бизнес-модель является определяющим критерием возникновения стартапа. Не менее значимым фактором его эффективного развития является построение гармоничной архитектуры и системы управления бизнес-процессами. Информационные технологии, в частности, программное обеспечение (ПО) для моделирования бизнес-процессов (BPM-системы) являются важными инструментами, которые значительно облегчают становление нового бизнеса на стадии стартапа [4].

Бурное развитие информационных технологий на фоне роста спроса как следствия активной цифровой трансформации бизнеса способствовало созданию широко-

го предложения цифровых продуктов/решений и формированию особенностей моделей их продвижения [10]. Как правило, все крупные разработчики программного обеспечения для бизнеса сегодня предлагают бесплатные версии своих продуктов для тестового применения с минимальным функционалом. Обзор данного рынка позволяет выделить наиболее востребованные из них и актуальные для применения на стадии стартапа, а также выделить основные требования к данным продуктам.

Разработка Bizagi Suite включает три модуля: Modeler, Studio, Engine. Bizagi Studio (среда для цифровой разработки бизнес-процессов) позволяет смоделировать любой бизнес-процесс и обеспечить сквозную цифровую автоматизацию процессов по всей организации. Мощный интерфейс перетаскивания платформы упрощает автоматизацию классических, ориентированных на опыт, тактических или специальных процессов, создавая персонализированный и контекстуализированный опыт для работников умственного труда.

Bizagi признана единственной платформой, которая действительно может быть использована как для глубокой и сложной автоматизации процессов, так и для более простых процессов в масштабах предприятия. Bizagi Studio позволяет превратить модели процессов в запущенные приложения и рабочие процессы. Она упрощает любой проект автоматизации процессов – от определения модели данных и пользовательского интерфейса до интеграции ИТ-ресурсов и определения логики процесса.

Среди стартапов популярна платформа ELMA 365. Это платформа BPM (Business Process Management System), которая помогает компаниям ускорить цифровую трансформацию и быстрее внедрять инновации. С помощью ELMA 365 можно создавать приложения корпоративного уровня и автоматизировать их.

В цифровизации BPM для стартапа приоритет процессов выстроен следующим образом:

1. Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами (CRM).
2. Управление контентом и документами (ЕСМ).
3. Управление проектами.
4. Роботизированная автоматизация процессов (RPA).
5. Другие.

Интегрированные приложения ELMA 365 охватывают все потребности бизнеса на стадии стартапа.

Внедрение цифровых технологий в форме приложений для BPM позволяет нетехническим пользователям без особых усилий создавать даже самые сложные бизнес-процессы. Конструктор процессов по технологии перетаскивания обеспечивает простоту моделирования и ускоряет внедрение изменений. Встроенные инструменты мониторинга помогают найти узкие места и повысить общую производительность компании. Все это улучшает работу бизнеса на этапе стартапа за счет автоматизации и создания методов решения проблем [3].

В применении визуальных инструментов программного обеспечения заложен потенциал преобразования проблем в парадигмы решений для современного бизнеса. Интерфейс востребованного бизнесом ПО интуитивно понятен, поскольку он улучшает процесс перетаскивания или копирования документов в визуальные объекты, необходимые бизнесу, имеет цветовые сочетания, которые привлекательны для глаз пользователя.

Еще одно востребованное решение – платформа Samunda. Ее сильная сторона – это широкий функционал внутренних настроек и встроенная открытая кросс-платформенная система управления базой данных (H2) по умолчанию для сохранения всех экземпляров и данных.

Visual Paradigm – это мощный кросс-платформенный и в то же время простой в использовании инструмент проектирова-

ния и управления ИТ-системами. Visual Paradigm – это бесплатный онлайн-инструмент рисования организационной диаграммы проекта. Можно рисовать бесплатные диаграммы с помощью простого в использовании онлайн-инструмента рисования без ограничения срока доступа, без водяного знака на выходе и без ограничений, таких как количество диаграмм, количество фигур и т. д.

Одним из лидеров рынка с 1990 г. является методология ARIS. В 2010 г. выпущен продукт ARIS Express, который предлагается как бесплатное ПО на веб-странице сообщества ARIS. Данный продукт позволяет решать стандартные задачи моделирования бизнеса или процесса, быстро собирать и анализировать информацию, работать с фрагментами моделей и их тиражировать.

Преимуществом всех базовых и тестовых бесплатных версий ПО является возможность их расширения до профессиональных продуктов на той же платформе.

Draw.io-платформа – это бесплатное приложение и редактор онлайн-диаграмм. С помощью этого программного пакета можно создавать высококачественные проекты, пользовательские блок-схемы, сложные сетевые диаграммы и системные макеты на унифицированном языке моделирования (UML).

Draw.io предлагает удобную для начинающих среду обработки векторной графики, большое преимущество которой перед традиционной обработкой изображений заключается в том, что не теряется качество, если повторно открыть и отредактировать векторный файл.

Векторная графика необходима для всех видов различных профессиональных настроек – от создания чертежей зданий до разработки рабочих процессов проекта для совместного использования командой. В draw.io пакет поставляется с десятками различных готовых макетов, которые можно выбрать при работе над новым дизайном. Отсутствие необходимости начинать

свои проекты с нуля делает процесс проектирования более эффективным.

Comindware – это быстрорастущая глобальная компания по разработке корпоративного программного обеспечения, предоставляющая инновационные решения для управления бизнес-операциями, позволяющая оптимизировать производительность и эффективность. Comindware Tracker – это облачная платформа управления рабочими процессами, которая автоматизирует и оптимизирует бизнес-процессы. Благодаря этому пользователи могут легко развертывать пользовательские рабочие процессы, создавать персонализированные формы и даже легко консолидировать данные. Программное обеспечение также имеет простой интерфейс перетаскивания, что облегчает как начинающим, так и профессиональным пользователям навигацию по программному обеспечению, как только оно установлено.

Таким образом, сегодня для начинающих предпринимателей представлен широкий выбор программного обеспечения, которое доступно бесплатно в базовой версии и вполне достаточно для моделирования и принятия решений на этапе стартапа. Анализ топовых предложений данного рынка позволяет обобщить основные требования к программному обеспечению по моделированию бизнеса и управлению бизнес-процессами:

- удобство в работе (возможность перетаскивания);
- интуитивно понятный интерфейс;
- расширенные возможности визуализации;
- возможность командной работы;
- встроенный функционал (возможности работы с базами данных);
- наличие бесплатной версии с возможностью перехода на профессиональный уровень.

Заключение

В последние годы малые и средние предприятия столкнулись с новыми вызовами. В их среде появился определенный

класс – стартапы, которые активно продвигаются на рынок, и не только в технологическом секторе. По сравнению с классическими малыми и средними предприятиями стартапы имеют огромные темпы роста и гибкую структуру. Это позволяет им быстро выводить продукты на рынок и отнимать все большую долю рынка у своих традиционных конкурентов. Цифровые структуры и бизнес-модели являются сильной стороной стартапов. Традиционные, аналоговые малые предприятия не могут игнорировать это развитие, если они хотят выжить на рынке. Им также необходимо самим внедрять цифровые бизнес-модели и интегрировать их в свою бизнес-структуру.

Цифровая трансформация происходит там, где оцифровываются существующие или создаются новые цифровые структуры, включая переход от письма к электронной почте. Однако это следует понимать гораздо более всесторонне:

- цифровые, автоматизированные структуры продаж и маркетинга;
- новые виды лояльности, поддержки и обслуживания клиентов;
- новые продукты, услуги и бизнес-модели.

Необходимость внедрять технические инновации – это лишь одна из проблем, стоящих перед малыми и средними предприятиями. Вторая проблема исходит от тех игроков рынка, для которых цифровизация уже укоренилась. С самого начала они полагались на цифровые бизнес-модели, и их структура также является цифровой и гибкой. Быстрый рост стартапов подпитывается этим импульсом.

В то же время в стартапах существует принципиально иная культура ошибок. В классических корпоративных структурах внутренние требования часто характеризуются политикой нулевой терпимости к ошибкам. Однако запретить ошибки трудно. В контексте цифровой трансформации такая корпоративная культура также оказывается тормозом для инноваций. Пробовать что-то новое – значит совер-

шать ошибки. Стартапы осознали это и нашли продуктивный способ справиться с этой проблемой.

Кроме того, цифровые изменения также требуют квалифицированного персонала, способного формировать эти изменения. Однако малым и средним предприятиям часто бывает трудно привлечь лучшие таланты из сферы ИТ, поскольку крупные корпорации предлагают лучшие условия, а молодые стартапы имеют корпоративную культуру, которая в большей степени соответствует потребностям ИТ-талантов.

Подводя итог, можно сказать, что существуют четыре проблемы для традиционно позиционируемых компаний с аналоговой бизнес-моделью:

– цифровая трансформация предоставляет инструменты, среду и возможности для улучшения существующих бизнес-

процессов и реализации новых бизнес-идей;

– стартапы осознали и усовершенствовали это, они способны быстро разрабатывать новые продукты, выводить их на рынок и адаптировать под заказчика;

– политика нулевой ошибки не позволяет малым и средним предприятиям внедрять инновации;

– малым и средним компаниям трудно удержать квалифицированный ИТ-персонал, поскольку они не могут ни платить так же хорошо, как крупные корпорации, ни предлагать те же структуры, что и молодые стартапы.

Вместе с тем компании, которые совершают скачок в цифровую эпоху, отделяют себя от конкурентов и укрепляют свои позиции на рынке в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. *Баринова Н. В.* Управление инновациями в России: проблемы и перспективы // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2018. – № 5 (101). – С. 11–19.
2. *Бланк С.* Четыре шага к озарению. Стратегии создания успешных стартапов. – М. : Альпина Паблишер, 2014.
3. *Брускин С. Н.* Модели и инструменты предиктивной аналитики для цифровой корпорации // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2017. – № 5 (95). – С. 135–139.
4. *Гретченко А. А., Деменко О. Г., Горохова И. В.* Система управления инновационной средой: региональный аспект // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2017. – № 6 (96). – С. 176–182.
5. *Коришнуова Е., Тибертус В., Чесинджер Б., Бункен Р.* Потенциальные ловушки интеграции стартапов // Journal of Business Venturing Insights. – 2021. – Т. 15. – DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2021.e00237>
6. *Кулакова Е. Ю., Магомедова Г. М., Иванов А. А.* От идеи стартапа к созданию компании-единорога // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2021. – Т. 18. – № 5 (119). – С. 201–206.
7. *Маркон А., Рибейро Х. Л. Д.* Как стартапы управляют внешними ресурсами в инновационных экосистемах? Жизненный цикл стартапа с точки зрения ресурсов // Technological Forecasting and Social Change. – 2021. – Т. 171. – DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120965>
8. *Мориц А., Наулина Т., Лутц Э.* Акселераторы как драйверы конкуренции среди стартапов ранней стадии // Technovation. – 2021. – DOI: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102378>

9. Морони И., Арруда А., Араухо К. Дизайн и технологическая инновация: как понять рост стартапов в конкурентной бизнес-среде // *Procedia Manufacturing*. – 2015. – Т. 3. – С. 2199–2204.
10. Мрочковский Н. С., Ляндау Ю. В., Пушкин И. С., Кривоногов Е. А. Основные тенденции цифровой трансформации бизнеса // *Экономика и предпринимательство*. – 2019. – № 4 (105). – С. 89–91.
11. Пикен Д. С. От стартапа к масштабируемому предприятию: создание основания // *Business Horizons*. – 2017. – Т. 60. – Вып. 5. – С. 587–595.
12. Ребемен Н. Что такое стартап? // *Forbes*. – 2013. – URL: <https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#21e664dc4044>
13. Шринишан А., Суреш М. Гибкость в стартапах: последние достижения и ограничения // *Materials Today: Proceedings*. – 2021. – DOI: <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.09.513>

References

1. Barinova N. V. Upravlenie innovatsiyami v Rossii: problemy i perspektivy [Innovation Management in Russia: Challenges and Prospects]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2018, No. 5 (101), pp. 11–19. (In Russ.).
2. Blank C. Chetyre shaga k ozareniyu. Strategii sozdaniya uspekhnykh startupov [Four Steps to Enlightenment. Strategies for Creating Successful Startups]. Moscow, Alpina Publisher, 2014. (In Russ.).
3. Bruskin S. N. Modeli i instrumenty prediktivnoy analitiki dlya tsifrovoy korporatsii [Models and Tools of Predicting Analytical Research for Digital Corporation]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2017, No. 5 (95), pp. 135–139. (In Russ.).
4. Gretchenko A. A., Demenko O. G., Gorokhova I. V. Sistema upravleniya innovatsionnoy sredoy: regionalnyy aspekt [The System of Innovation Environment Management: Regional Aspect]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2017, No. 6 (96), pp. 176–182. (In Russ.).
5. Korshunova E., Tiberius V., Chesinzher B., Bunken R. Potentsialnye lovushki integratsii startupov [Potential Pitfalls of Startup Integrations: an Exploratory Study]. *Journal of Business Venturing Insights*, 2021, Vol. 15. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2021.e00237>
6. Kulakova E. Yu., Magomedova G. M., Ivanov A. A. Ot idei startapa k sozdaniyu kompanii-edinoroga [From the Idea of Start-Up to Setting-Up Unicorn-Company]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2021, Vol. 18, No. 5 (119), pp. 201–206. (In Russ.).
7. Markon A., Ribeyro Kh. L. D. Kak startapy upravlyayut vneshnimi resursami v innovatsionnykh ekosistemakh? Zhiznennyy tsikl startapa s tochki zreniya resursov [How do Startups Manage External Resources in Innovation Ecosystems? A Resource Perspective of Startups' Lifecycle]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2021, Vol. 171. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120965>
8. Morits A., Naulina T., Lutts E. Akselleratory kak drayvery konkurentsii sredi startupov ranney stadii [Accelerators as Drivers of Coopetition Among Early-Stage Startups]. *Technovation*, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102378>
9. Moroni I., Arruda A., Araukho K. Dizayn i tekhnologicheskaya innovatsiya: kak ponyat rost startupov v konkurentnoy biznes-srede [The Design and Technological Innovation: How to

Understand the Growth of Startups Companies in Competitive Business Environment]. *Procedia Manufacturing*, 2015, Vol. 3, pp. 2199–2204. (In Russ.).

10. Mrochkovskiy N. S., Lyandau Yu. V., Pushkin I. S., Krivonogov E. A. Osnovnye tendentsii tsifrovoy transformatsii biznesa [The Main Trends of Digital Business Transformation]. *Ekonomika i predprinimatelstvo* [Economics and Entrepreneurship], 2019, No. 4 (105), pp. 89–91. (In Russ.).

11. Piken D. S. Ot startapa k masshtabiruemomu predpriyatiyu: cozdanie osnovaniya [From Startup to Scalable Enterprise: Laying the Foundation]. *Business Horizons*, 2017, Vol. 60, Issue 5, pp. 587–595. (In Russ.).

12. Rebemen N. Chto takoe startap? [What is a startup?]. *Forbes*, 2013. (In Russ.). Available at: <https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#21e664dc4044>

13. Shrinishan A., Suresh M. Gibkost v startapakh: poslednie dostizheniya i ogranicheniya [Agility in Startups: Recent Advances and Constraints]. *Materials Today: Proceedings*, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.09.513>

Сведения об авторе

Ольга Александровна Елина

кандидат экономических наук, доцент
базовой кафедры Благотворительного фонда
поддержки образовательных программ
«КАПИТАНЫ» «Инновационный менеджмент
и социальное предпринимательство»
РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова»,
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: elina.oa@rea.ru
ORCID: 0000-0001-5003-2471
ResearcherID: L-3139-2018

Information about the author

Olga A. Elina

PhD, Assistant Professor
of the Basic Department
of Charity fund for support of educational
programs "Capitains"
"Innovative Management and Social
Entrepreneurship" of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: elina.oa@rea.ru
ORCID: 0000-0001-5003-2471
ResearcherID: L-3139-2018



АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКИХ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА¹

И. А. Калинина

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В статье автором исследуется влияние пандемии на субъекты малого и среднего предпринимательства. Актуальность проблем в бизнесе в связи с нарастающей пандемией становится все серьезнее. Каждый день экспертное сообщество высказывается о последствиях пандемии. Все они сходятся в одном: современная экономика на спаде. Государству требуется создать для малого и среднего предпринимательства условия для развития и становления. Полный локдаун, самоизоляция, ограничения – все это повлияло на предпринимательство. Малый и средний бизнес имеет наименьший запас прочности, в отличие от крупного, поэтому в период экономического спада именно он терпит большее количество убытков. Также следует отметить состояние покупателей и клиентов. Реальный уровень доходов населения сокращается, покупательная способность снижается. Все это отражается на компаниях, в результате они теряют прибыль. Для развития экономики малое и среднее предпринимательство является ключевым в выстраивании государственной экономической стратегии. В приоритете становится вопрос защиты и поддержки данной сферы.

Ключевые слова: устойчивое развитие, малое предпринимательство, среднее предпринимательство, пандемия, экономика.

ANALYZING THE IMPACT OF COVID-19 PANDEMIC ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SME ENTITIES

Irina A. Kalinina

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

In this article the author studies the impact of the pandemic on entities of small and medium entrepreneurship. Topicality of the problem in business is becoming more and more serious due to the spreading pandemic. Every day we can hear experts talking about possible consequences of the pandemic. All of them come to the same conclusion: today's economy suffers a setback. Full lockdown, self-isolation, numerous restrictions have exerted a serious impact on entrepreneurship. Small and medium business possesses the lowest level of stability as compared with big business, therefore within the period of economic slump it incurs maximum losses. It is necessary to mention the situation with customers and clients. Real incomes of the population are going down and buying capacity is dropping. All these factors influence companies and as a result they lose profits. SME is crucial for the development of the state economic strategy. Protection and support of this sphere shall be a priority for economy.

Keywords: sustainable development, small entrepreneurship, medium entrepreneurship, pandemic, economy.

¹ Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы по теме «Моделирование процессов обеспечения устойчивого развития российских субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях пандемии коронавирусной инфекции COVID-19», финансируемой из средств ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова».

В настоящее время можно выделить следующие причины нарушения устойчивости субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП): недостаток финансирования, сложности в получении кредитов, отсутствие запаса прочности. За последний год количество субъектов малого и среднего предпринимательства снизилось на 4% по Российской Федерации. Начиная с 2018 г. наблюдается снижение количества субъектов МСП, поэтому был принят ряд стимулирующих мер со стороны государства на 2019–2020 гг., однако пандемия не позволила реализовать все задуманное.

На развитие компании влияют как внутренние, так и внешние факторы, на основании которых она может выстраивать свою стратегию и работать над реализацией устранения рисков. Однако возникают риски, которые маловероятны, но в итоге наносят сильнейший ущерб компании. Именно пандемия стала таким фактором.

Для постоянного роста компаниям требуется длительный период экономической стабильности. В современном мире бизнесу, государству, покупателям необходимо

уметь оценивать риски и выходить из кризисных ситуаций. Пандемия пагубно сказалась на предпринимательстве в целом, что потребовало активной реализации мер государственной поддержки.

В частности, налоговая мера помогла предпринимателям отсрочить выплаты по всем налоговым обязательствам на шесть месяцев, за исключением НДС. Для некоторых льготных категорий предпринимателей были отсрочены страховые взносы. Кроме того, с тридцати до пятнадцати процентов были снижены страховые взносы с заработных плат, превышающих МРОТ. Важным элементом поддержки государства стало освобождение от налогов и взносов во втором квартале 2020 г. некоммерческих организаций, предпринимателей и предприятий, которые больше всего пострадали от последствий пандемии и были внесены в Единый государственный реестр малого и среднего предпринимательства.

Рассмотрим динамику поступлений налогов в бюджет Российской Федерации (таблица).

Поступления по видам налогов в консолидированный бюджет Российской Федерации за январь – октябрь 2019–2020 гг.*

Налоговые виды поступлений	Период с января по октябрь, млрд руб.		Темп, %
	2019	2020	
НДС	3 473,9	3 447,1	99,2
Налог на прибыль	3 987,4	3 435,5	86,2
НДПИ	5 124,7	3 274,5	63,9
НДФЛ	3 088,1	3 221,6	104,3
Акцизы	1 050,5	1 532,1	145,8
Имущественные налоги	1 144,6	1 047,5	91,5

* Источник: URL: <https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm>

Как видно из таблицы, в 2020 г. государство получило меньше налогов. Многие арендодатели пошли навстречу малому и среднему бизнесу: откладывали арендные платежи, делали скидки. Государство приняло решение отсрочить платежи по арен-

де как государственного, так и муниципального имущества. А бизнес, который больше всего принял на себя удар последствий пандемии, получил дополнительные льготы, например, официальную отсрочку

по оплате арендных платежей за коммерческую недвижимость.

Туристский бизнес, который пострадал от последствий пандемии больше других сфер, получил особую поддержку от государства: освобождение от обязательных взносов в резервный фонд «Турпомощь», возмещение туроператорам затрат, связанных с невозвратными билетами, а также расходами на возврат туристов, оставшихся за рубежом.

Встает вопрос: как же оценить эффект, который по-настоящему был произведен мерами поддержки предпринимателей малого и среднего секторов государством? К сожалению, сегодня это сделать достаточно сложно, но в целом, оценивая ситуацию, можно отметить, что малый и средний бизнес потерпел большие убытки, однако они могли быть еще больше, если бы государство вовремя не среагировало, реализуя меры необходимой поддержки.

На сайте Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) дана оценка бизнесом мер, которые приняло государство в период пандемии, и показано, как реально сказались такие меры на сегменте малого и среднего предпринимательства.

Представителями малого предпринимательства были отмечены определенные ограничения в получении заявленной государственной поддержки. Предприниматели определили непростой алгоритм действий для получения финансовой поддержки собственного дела: например, сохранение полной численности персонала и своевременная оплата труда работников. Вместе с тем они сталкивались с дополнительными сложностями, например, такими, как усложненная отчетность.

Анализируя опрос, который провел РСПП, 61,8% компаний не смогли в полной мере воспользоваться финансовыми инструментами поддержки государства в период пандемии. 17,1% респондентов назвали меры поддержки просто неэффективными.

Следует отметить и более глобальную проблему – отчуждение населения от управления налоговыми отчислениями. Отчуждение населения всей страны от прямого управления своими налогами, которые были получены с помощью налогового механизма Российской Федерации, начинает определенным образом вызывать волну агрессии среди жителей.

Рассмотрим влияние пандемии на аптечный бизнес и, в частности, на субъект малого предпринимательства – ООО «Ставропольские городские аптеки 8».

Момент самоизоляции и период всеобщего карантина стали вызовами для многих компаний и сфер, в том числе и для фармацевтической индустрии. В российском аптечном бизнесе огромное внимание уделялось работе с персоналом. Труднее всего руководителям таких компаний удавалось выдержать бесперебойную работу своих аптек, так как условия пандемии поистине оказались очень сложными. Здесь же выступает фактор риска: не каждый работник готов выходить на работу с учетом возможного заражения.

Ставропольские аптеки подключали для своих сотрудников специальную линию помощи, а также выполняли множество мер по защите и охране их здоровья. Например, была сокращена продолжительность рабочего времени с 12 до 8 часов в день, в помещениях аптек были установлены рециркуляторы воздуха, регулярно проводилась обработка всех поверхностей специальными антибактериальными средствами. Все сотрудники были обеспечены средствами индивидуальной защиты, а в прикассовых зонах установлены защитные экраны, которые дополнительно защищали от лишних контактов.

Каждая такая мера дополнительно влияла на финансовую составляющую компании.

С апреля 2020 г. введена дистанционная реализация медикаментов, которые выдаются без рецептов. В результате появилась возможность совершать покупку и делать предзаказ многих препаратов, которые ра-

нее можно было купить исключительно в отделении аптеки. Этот факт позволил выделить отдельную кассу для подобных покупателей, что позволило снизить длительность нахождения покупателя в помещении и сократить основную очередь.

На рисунке показано, что аптечный бизнес во время пандемии находился не на

самом спаде, хотя также потерпел некоторые потери: выручка снизилась, чистая прибыль неизмеримо увеличилась в процентах, хотя в 2019 г. она была в минусе на 160%. Этому способствовала постоянная востребованность медикаментов, масок, антисептиков.

Наименование показателя	Код	За 2019	За 2018
Выручка	2110	447 827 -9,9%	496 804
Расходы по обычной деятельности	2120	(445 394) -9,2%	(490 436)
Проценты к уплате	2330	(3 660) -134,5%	(1 561)
Прочие доходы	2340	6 320 -32,0%	9 291
Прочие расходы	2350	(7 757) -114,6%	(3 614)
Налоги на прибыль (доходы)	2410	(2 244) -11,3%	(2 531)
Чистая прибыль (убыток)	2400	(4 908) -161,7%	7 953

Наименование показателя	Код	За 2020	За 2019
Выручка	2110	437 340 -2,3%	447 827
Расходы по обычной деятельности	2120	(407 987) -8,4%	(445 394)
Проценты к уплате	2330	(3 175) -13,3%	(3 660)
Прочие доходы	2340	11 786 -86,5%	6 320
Прочие расходы	2350	(5 289) -31,8%	(7 757)
Налоги на прибыль (доходы)	2410	(2 473) -10,2%	(2 244)
Чистая прибыль (убыток)	2400	30 202 -715,4%	(4 908)

Рис. Финансовые показатели субъекта малого предпринимательства

Аптеки начали внедрять доставку, что позволило найти новый ход в ведении бизнеса. В 2020 г. материальные внеоборотные активы увеличились относительно 2019 г. Запасы, денежные средства и эквиваленты, а также баланс выросли в процентном отношении. Финансовые и другие оборотные активы снизились на 43%.

В 2020 г. капитал и резервы в разделе пассивов выросли на 72%, краткосрочные заемные средства снизились на 10%, кредиторская задолженность – на 20%.

Таким образом, можно сделать вывод, что аптечный бизнес в период пандемии стал одним из самых высокоприбыльных.

Множество фармацевтических компаний в период пандемии старались выстро-

ить новые стратегии устойчивого развития бизнеса. Например, стратегия оптимизации затрат позволяет руководству компании компенсировать снижение доходов.

Пандемия коронавируса до сих пор оставляет свой след на малых и средних компаниях. Еще долго ее последствия будут устраняться, и для российского бизнеса нужен реабилитационный период.

Список литературы

1. Быкова О. Н., Руденко Л. Г. Система поддержки социально ориентированного малого и среднего предпринимательства // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 1 (102). – С. 682–686.
2. Дробот Е. В., Макаров И. Н., Манасян С. М., Назаренко В. С. Малый и средний бизнес в России: как жить во время и после кризиса? // Креативная экономика. – 2020. – № 10. – С. 2413–2430.
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. – Т. 10. – № 8. – С. 2135–2150.
4. Зимовец А. В., Сорокина Ю. В., Ханина А. В. Анализ влияния пандемии COVID-19 на развитие предприятий в Российской Федерации // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10. – № 5. – С. 1337–1350.
5. Оценка бизнесом финансовых мер поддержки в условиях распространения COVID-19. Аналитика Российского союза промышленников и предпринимателей. – URL: <http://www.rspp.ru/activity/analytics/-otsenka-biznesom-finansovykh-mer-podderzhki-v-usloviyakh-rasprostraneniya-covid-19/>
6. Экономику России ждут пять шоков в результате пандемии коронавируса. – URL: <https://www.newsru.com/finance/09apr2020/rus5shocks.html>

References

1. Bykova O. N., Rudenko L. G. Sistema podderzhki sotsialno orientirovannogo malogo i srednego predprinimatelstva [The System of Support for Socially Oriented Small and Medium Entrepreneurship]. *Ekonomika i predprinimatelstvo* [Economy and Entrepreneurship], 2019, No. 1 (102), pp. 682–686. (In Russ.).
2. Drobot E. V., Makarov I. N., Manasyan S. M., Nazarenko V. S. Malyy i sredniy biznes v Rossii: kak zhit vo vremya i posle krizisa? [Small and Medium Business in Russia: How to Live during and after the Crisis?]. *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economy], 2020, No. 10, pp. 2413–2430. (In Russ.).
3. Drobot E. V., Makarov I. N., Nazarenko V. S., Manasyan S. M. Vliyanie pandemii COVID-19 na realnyy sektor ekonomiki [The Impact of COVID-19 Pandemic on Real Sector of Economy]. *Ekonomika, predprinimatelstvo i parvo* [Economics, Entrepreneurship and Law], 2020, Vol. 10, No. 8, pp. 2135–2150. (In Russ.).
4. Zimovets A. V., Sorokina Yu. V., Khanina A. V. Analiz vliyaniya pandemii COVID-19 na razvitie predpriyatij v Rossiyskoy Federatsii [Analyzing the Impact of COVID-19 Pandemic on Developing Enterprises in the Russian Federation]. *Ekonomika, predprinimatelstvo i parvo* [Economics, Entrepreneurship and Law], 2020, Vol. 10, No. 5, pp. 1337–1350. (In Russ.).
5. Otsenka biznesom finansovykh mer podderzhki v usloviyakh rasprostraneniya COVID-19. Analitika Rossiyskogo soyuza promyshlennikov i predprinimateley [Business Assessment of Finance Measures of Support in Conditions of COVID-19 Spread. Analytical Report of the Russian Association of Industrialists and Entrepreneurs]. (In Russ.). Available at:

<http://www.rspp.ru/activity/analytics/-otsenka-biznesom-finansovykh-mer-podderzhki-v-usloviyakh-rasprostraneniya-covid-19/>

6. Ekonomiku Rossii zhdut pyat shokov v rezultate pandemii koronavirusa [Russian Economy will Face 5 Shocks as a Result of Corona-Virus Pandemic]. (In Russ.). Available at: <https://www.newsru.com/finance/09apr2020/rus5shocks.html>

Сведения об авторе

Ирина Анатольевна Калинина

доктор экономических наук,
начальник управления цифровых
образовательных технологий, профессор
кафедры теории менеджмента
и бизнес-технологий
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,
Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Kalinina.IA@rea.ru

Information about the author

Irina A. Kalinina

Doctor of Economics, Head of the Department
of Digital Educational Technologies,
Professor of the Department
for Theory of Management
and Business-Technologies
of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow,
117997, Russian Federation.
E-mail: Kalinina.IA@rea.ru



УСЛОВИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ COVID-19¹

Н. С. Мрочковский

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В последнее время несколько международных организаций опубликовали прогнозы по аспектам экономического воздействия пандемии коронавируса. В июньском обновлении экономических перспектив МВФ за 2020 г. прогнозировалось снижение мирового ВВП на 4,9% в 2020 г., что на 1,9 процентного пункта ниже апрельского прогноза, с последующим частичным восстановлением и ростом на 5,4% в 2021 г. Отчет о мировых инвестициях за июнь 2020 г. показывает сокращение мировых иностранных инвестиций до 40% в 2020 г. и их дальнейшее сокращение на 10% в 2021 г. МОТ оценивает влияние COVID-19, которое приведет к росту глобальной безработицы на 5,3 млн (низкий сценарий) и 24,7 млн (высокий сценарий). Это свидетельствует о том, что поддержание деловой активности будет особенно трудным для малых и средних предприятий. В статье показано, как пандемия COVID-19 влияет на субъекты малого и среднего предпринимательства (МСП), сообщается о первых свидетельствах и оценках ее воздействия, а также приводится перечень ответных мер политики, направленных на повышение устойчивости МСП в 60 странах. Учитывая быстрые темпы развития событий, обзор ответных мер стран не является исчерпывающим и в некоторых случаях включает запланированные ответные меры политики, работа над которыми еще продолжается или просто находится на стадии публичного объявления. Последние опросы предприятий показывают некоторое улучшение ситуации, связанное со значительными политическими усилиями по устранению дефицита ликвидности малых и средних предприятий и отменой локальных мер в ряде стран. В этом контексте политическая перспектива постепенно смещается с мер поддержки ликвидности для выживания МСП, которые по-прежнему остаются приоритетом в большинстве стран, на поддержку восстановления.

Ключевые слова: устойчивое развитие, пандемия, государство, поддержка, развитие, бизнес.

CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT FOR SME ENTITIES IN THE COURSE OF COVID-19 PANDEMIC

Nikolay S. Mrochkovskiy

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

A number of international organizations have published recently the forecasts concerning aspects of economic impact exerted by corona-virus pandemic. In July update of economic outlook for 2020 the IMF forecast a drop in global GDP by 4.9% in 2020, which is lower by 1.9 per cent point in comparison with the April forecast, which will be followed by partial restoration and growth by 5.4% in 2021. The report on global investment for July 2020 shows a downfall in global foreign investment to 40% in 2020 and later its further decline by 10% in 2021. MOT estimates the COVID-19 impact, which will cause an increase in global unemployment by 5.3 m (a low scenario) and 24.7 m

¹ Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы по теме «Моделирование процессов обеспечения устойчивого развития российских субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях пандемии коронавирусной инфекции COVID-19», финансируемой из средств ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова».

(a high scenario). It proves that support of business activity will be especially difficult for small and medium enterprises. The article shows how COVID-19 pandemic influences entities of small and medium entrepreneurship (SME) and demonstrates first evidences and estimations of its impact. It also provides a list of political steps aimed at raising SME sustainability in 60 countries. Taking into account the fact that the situation is changing very fast, the review of possible steps is not exhaustive, in some cases it includes political measures only planned for implementation that are being still discussed or considered. The latest surveys of enterprises showed a certain improvement of the situation connected with serious political efforts aimed at elimination of liquidity deficit at small and medium enterprises and suspension of local restrictions in some countries. In this context political perspective is slowly shifting from measures of supporting liquidity for SME entities, which are still a priority in the majority of countries, to measures of supporting restoration.

Keywords: sustainable development, pandemic, state, support, development, business.

Согласно крупномасштабному опросу европейских малых и средних предприятий, проведенному в период с февраля по май 2020 г., 51% респондентов сообщили, что просроченные платежи привели к снижению их ликвидности во время кризиса COVID-19 по сравнению с 39% в 2019 г. Кроме того, наблюдался заметный рост в процентном соотношении малых и средних предприятий, которым пришлось согласиться на более длительные сроки оплаты, чем им удобно.

Докризисные данные из Германии показывают, например, что существует значительный разрыв в распространенности договоренностей о дистанционной работе по размеру фирм. Более крупные предприятия используют режим рабочего времени, основанный на доверии (необходимое условие для нормальной удаленной работы), чаще, чем их более мелкие коллеги. Опросы показывают, что пандемия увеличила использование цифровых технологий малыми и средними предприятиями, хотя между странами есть существенные различия. В то же время разница между малыми и крупными фирмами по-прежнему значительна: внедрение цифровых технологий малыми и средними предприятиями составляет примерно половину от этого показателя более крупных фирм.

Наконец, устоявшимся малым фирмам часто сложно адаптировать свои бизнес-операции к текущей ситуации по сравнению с крупными фирмами (и стартапами). Они сталкиваются с более серьезными ограничениями в отношении операционных навыков. Например, малые и средние

предприятия с меньшей вероятностью будут обладать управленческими способностями для соблюдения новых нормативных требований, гарантирующих безопасность клиентов и сотрудников. Также они менее склонны к инновациям как в процессах, так и в товарах и услугах по сравнению с их более крупными аналогами и стартапами.

В период с 1 января по 1 апреля 2020 г. падение доходов для малых и средних предприятий в Соединенных Штатах Америки составило от 40 до 50% с доходов, в январе 2021 г. – еще на 31% ниже по сравнению с прошлым годом. В Австралии продажи малого бизнеса снизились на 15% с 1 марта по 30 сентября 2020 г. Центральный банк Ирландии оценил дефицит доходов МСП в 2020 г. в размере от 10,3 млрд до 11,7 млрд евро.

Согласно более чем 180 опросам малых и средних предприятий в 32 странах, мониторинг которых проводила ОЭСР с февраля 2020 г., с начала пандемии 70–80% предприятий испытали серьезное падение доходов/продаж. Несколько опросов показали, что это падение доходов составляет от 30 до 50%.

Исследование испанской организации малого и среднего бизнеса СЕРУМЕ, опубликованное в феврале 2021 г., показало, что новая национальная изоляция приведет к потере доходов в размере 1,8 млн евро в неделю для испанских компаний, 60% из которых будут понесены малыми и средними предприятиями.

Для поддержки МСП в Европе Европейский союз разработал Стратегию МСП для

устойчивой и цифровой Европы, которая базируется на реализации следующих принципов:

- снижение регуляторной нагрузки и улучшение доступа к рынкам (стратегия малого и среднего бизнеса предлагает действия по устранению нормативных и практических препятствий для ведения бизнеса);

- улучшение доступа к финансированию;

- поддержка перехода к устойчивому развитию и цифровизации.

Значительная часть фирм приняла решительные меры. К ним относятся просьба к работникам взять отпуск без сохранения заработной платы, работать с пониженной оплатой (20% опрошенных) или даже увольнение постоянного персонала (10% опрошенных). Почти треть (30%) компаний сообщает о нехватке рабочих в результате мер сдерживания, выполнения обязанностей по уходу за членами семьи или страха заражения. Это тревожная статистика для тех, кто обеспокоен условиями труда.

Компании реагируют на экономические последствия COVID-19 по-разному. Половина опрошенных малых и средних предприятий сократила производство товаров и услуг, чтобы соответствовать сокращению спроса и ограничениям на их производство. Более одной трети (38%) предприятий ведут переговоры с работниками об изменении заработной платы или с банками и поставщиками о пересмотре условий оплаты. Реже некоторые малые и средние предприятия пытаются диверсифицировать свои каналы продаж или продукты, чтобы попытаться уменьшить влияние кризиса на свой бизнес.

Малые и средние предприятия откликаются на опрос по-разному, но все они едины в просьбах о поддержке для обеспечения их устойчивости в условиях пандемии. Их приоритеты ясны: 57% компаний хотели бы получить совет по профилактике инфекций, остальные – по вопросам непрерывности бизнеса.

Из ответов на опрос ясно, что обучение по вопросам охраны труда и техники безопасности и непрерывности бизнеса имеет важное значение для помощи предприятиям в выживании в условиях пандемии. Однако эти услуги должны дополняться решительными действиями правительства.

Поскольку денежные потоки являются ключевой проблемой, предприятиям нужен легкий доступ к краткосрочной ликвидности, а также отсрочка платежей за коммунальные услуги и отчислений на социальное страхование.

Недавно в блоге МОТ были определены важнейшие направления, которые могут помочь малому бизнесу противостоять COVID-19. К ним относятся экстренные беспроцентные ссуды и денежные гранты для поддержки заработной платы.

Правильная политика имеет решающее значение для обеспечения выживания малых и средних предприятий. Несмотря на значительную борьбу, с которой сталкиваются предприятия, реакция правительства на пандемию COVID-19 может помочь создать позитивное, устойчивое развитие и устойчивое будущее для малого бизнеса во всем мире.

Еще один важный аспект касается вопроса о том, как будет происходить восстановление малых и средних предприятий. Для многих стран, где все еще действуют меры изоляции, слишком рано отвечать на этот вопрос. Однако некоторые данные из Китая показывают, что малые предприятия восстанавливаются медленнее, чем более крупные фирмы. Например, показатель возобновления работы промышленных малых и средних предприятий составляет 76%. Индекс менеджеров по закупкам в производственной сфере Китая (PMI) для более мелких фирм сократился, а для крупных предприятий увеличился.

Учитывая особые обстоятельства, с которыми в настоящее время сталкиваются малые и средние предприятия, страны приняли меры для их поддержки. Несмотря на то, что в первую очередь они обеспо-

коены общественным здравоохранением, внедряется широкий спектр мер для смягчения экономического воздействия вспышки коронавируса на бизнес. В частности, многие страны срочно принимают меры для поддержки МСП и самозанятых в это крайне сложное время, уделяя особое внимание инициативам по поддержанию краткосрочной ликвидности. Такая политика принимает разные формы. Некоторые страны сосредоточили свое внимание на более общей политике, которая может смягчить удар по экономике и всем предприятиям. Например, во многих странах центральные банки вмешались, чтобы поддержать кредитование, облегчив денежно-кредитные условия и позволив коммерческим банкам предоставлять больше кредитов МСП.

В связи с падением производства и спроса многие малые и средние предприятия сталкиваются с проблемами выплаты заработной платы, а также отпуска по болезни для пострадавших работников. Правительства приняли меры по выплате заработной платы сотрудникам, временно не имеющим работы или находящимся в отпуске по болезни. Страновые подходы сильно различаются, учитывая, что рынок труда и институты социального обеспечения различны. В некоторых случаях выплаты направляются компаниям, чтобы они могли продолжать выплачивать заработную плату и избегать увольнений. В других случаях государство вносит вклад в долю работодателя в оплачиваемом отпуске по болезни.

Открываются возможности для временного сокращения рабочего времени или увольнения работников, чтобы противостоять воздействию пандемии.

Спустя два года после начала пандемии можно предложить 15 рекомендаций, которые дают полезную информацию о том, как разработать эффективную, действенную и последовательную политику в отношении малого и среднего бизнеса и предпринимательства в эпоху после COVID-19:

1. Обеспечение быстрой поддержки политики в отношении МСП путем упрощения доступа к поддержке эффективных систем цифровой доставки при сохранении подотчетности и эффективности.

2. Обеспечение политической поддержки, сосредоточенной на жизнеспособных существующих компаниях и стартапах.

3. Перезагрузка политики стартапов для повышения потенциала инновационных новых предприятий.

4. Обеспечение инклюзивности мер поддержки и охват уязвимых слоев населения МСП, включая женщин и предпринимателей из числа меньшинств.

5. Переосмысление подходов к политике в отношении самозанятых предпринимателей.

6. Избежание чрезмерной задолженности малых и средних предприятий и кризиса их платежеспособности за счет использования акционерного и квазиакционерного капитала, а также других видов поддержки, не связанных с долгом.

7. Подготовка ответственных стратегий выхода для мер экстренной поддержки ликвидности.

8. Поддержка второго шанса реализации стартапов.

9. Обеспечение программ восстановления МСП.

10. Цифровизация малых и средних предприятий и новых фирм.

11. Принятие мер для повышения устойчивости МСП и стартапов.

12. Укрепление устойчивости МСП.

13. Реализация эффективных механизмов управления.

14. Обеспечение консультирования и участия малых и средних предприятий в процессах принятия государственных решений относительно ответных мер политики на пандемию и разработки планов их восстановления.

15. Оценка политики предоставления мер в отношении МСП в связи с COVID-19.

Список литературы

1. Балдина Ю. А. Роль и место субъектов малого и среднего предпринимательства в современных экономических условиях // Вестник Удмуртского университета. Серия: Экономика и право. – 2016. – Т. 26. – № 4. – С. 7–10.
2. Беломестнов В. Г., Сандакова Н. Ю., Беломестнова И. А. Предпринимательская активность как основа развития экономического пространства регионов: возврат к традициям // Образование и право. – 2020. – № 2. – С. 20–25.
3. Гарнов А. П., Гарнова В. Ю., Тишкина Н. П. Современное состояние и проблемы развития малого бизнеса // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2019. – № 1 (103). – С. 135–144.
4. Калаев Д. «Делать попкорн вместо французской кухни»: как спасти бизнес в пандемию. – URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/399959-delat-popkorn-vmesto-francuzskoy-kuhni-kak-spasti-biznes-v-pandemiyu>
5. Лобанов Д. И., Петелина Е. А., Багреева Е. Г. Адаптация предпринимателя в период пандемии // Образование и право. – 2020. – № 4. – С. 448–453.

References

1. Baldina Yu. A. Rol i mesto subektov malogo i srednego predprinimatelstva v sovremennykh ekonomicheskikh usloviyakh [The Role and Place of SME Entities in Current Economic Conditions]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya: Ekonomika i pravo* [Bulletin of the Udmurtskiy University. Series: Economics and Law], 2016, Vol. 26, No. 4, pp. 7–10. (In Russ.).
2. Belomestnov V. G., Sandakova N. Yu., Belomestnova I. A. Predprinimatelskaya aktivnost kak osnova razvitiya ekonomicheskogo prostranstva regionov: vozvrat k traditsiyam [Entrepreneurial Activity as a Basis for the Development of Regional Economic Space: Back to Traditions]. *Obrazovanie i pravo* [Education and Law], 2020, No. 2, pp. 20–25. (In Russ.).
3. Garnov A. P., Garnova V. Yu., Tishkina N. P. Sovremennoe sostoyanie i problemy razvitiya malogo biznesa [Current Situation and Problems of Small Business Development]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2019, No. 1 (103), pp. 135–144. (In Russ.).
4. Kalaev D. «Delat popkorn vmesto frantsuzskoy kuhni»: kak spasti biznes v pandemiyu [‘To Make Pop-Corn instead of French Cuisine’: How to Rescue Business in Pandemic]. (In Russ.). Available at: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/399959-delat-popkorn-vmesto-francuzskoy-kuhni-kak-spasti-biznes-v-pandemiyu>
5. Lobanov D. I., Petelina E. A., Bagreeva E. G. Adaptatsiya predprinimatelya v period pandemii [Adaptation of the Entrepreneur in Pandemic]. *Obrazovanie i pravo* [Education and Law], 2020, No. 4, pp. 448–453. (In Russ.).

Сведения об авторе

Николай Сергеевич Мрочковский
кандидат экономических наук, доцент
базовой кафедры Благотворительного фонда
поддержки образовательных программ
«КАПИТАНЫ» «Инновационный менеджмент
и социальное предпринимательство»
РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова»,
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: nikolay@mrochkovskiy.ru

Information about the author

Nikolay S. Mrochkovsky
PhD, Assistant Professor of Basic Department
of Charity fund for support of educational
programs "Captains" "Innovative
Management and Social Entrepreneurship"
of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997,
Russian Federation.
E-mail: nikolay@mrochkovskiy.ru

ОЧЕРКИ ИСТОРИИ ПРОФСОЮЗНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО (КОММЕРЧЕСКОГО) ВУЗА РОССИИ

**П. Х. Катабай, В. И. Ресин,
М. И. Скрипникова, Ю. И. Смирнов**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В статье показан процесс становления и развития деятельности профсоюзов учебных заведений. На фактическом материале рассмотрены роль и значение в этом движении Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова в различные периоды взаимодействия работников народного образования с обществом и государством при осуществлении их защиты в сфере труда. В настоящее время деятельность Профессионального союза работников народного образования и науки Российской Федерации не потеряла своей актуальности, также активно отстаиваются социально-трудовые права и профессиональные интересы учителей, воспитателей, преподавателей и других работников образования. Главной задачей развития договорного регулирования социально-трудовых отношений на ближайшую перспективу становится повышение его качества и эффективности для работников образования. Профсоюз органично вошел как в российское, так и международное профсоюзное движение. Раскрытие страниц профсоюзной истории помогает профсоюзным органам, профсоюзному активу лучше осмыслить не только прошлое, но и сегодняшнее значение профсоюзного движения в образовании.

Ключевые слова: профсоюз, профсоюзное движение, коллективный договор, делегатское собрание, система образования, Московский коммерческий институт, Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова.

ESSAYS OF TRADE UNION HISTORY OF THE FIRST ECONOMIC (COMMERCIAL) EDUCATION INSTITUTION IN RUSSIA

**Pavel Kh. Katabay, Vladimir I. Resin,
Marina I. Skripnikova, Yuriy I. Smirnov**

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

The article shows the process of founding and developing trade union functions at education institutions. On the ground of factual material the role and importance of the Russian Plekhanov University of Economics were studied in different periods of interaction between workers of people's education and society and state in order to ensure their defense in sphere of labour. Today the Professional Union of Workers of People's Education and Science of the Russian Federation keeps upholding social and labour rights and professional interests of teachers, pre-school nurses, lecturers and other workers of education. The principle goal of developing contractual regulation in social and labour relations is to improve its quality and efficiency for workers of education. The trade union has joined both Russian and international union movement. When we reveal history of the trade union, it can help union bodies and activists comprehend both the past and the present significance of the trade union movement in education.

Keywords: trade union, union movement, collective bargaining, delegate meeting, education system, Moscow Commercial Institute, Russian Plekhanov University of Economics.

Новые рабочие места не создаются на баррикадах.
Норберт Блум (1935–2020)

Введение

Первичная профсоюзная организация федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова» является составной частью Московской городской организации Профсоюзного союза работников народного образования и науки Российской Федерации (МГО Профсоюза), объединяющей в своей сети более 5 млн человек. Первоочередные цели и задачи профсоюзной организации – представление и защита трудовых, социальных, экономических и иных законных прав и интересов работников образовательной организации. Основными направлениями деятельности профсоюзной организации Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова являются социальная защита работников университета, юридическо-консультационная и иная помощь по вопросам трудового законодательства, разрешение трудовых и иных конфликтов, организация санаторно-курортного лечения, досуга и отдыха, в том числе детского и семейного. Сотрудничество между профсоюзной организацией и администрацией университета плодотворно развивается на основе социального партнерства, важным инструментом которого является Коллективный договор между работодателем и работниками РЭУ им. Г. В. Плеханова¹. Профсоюзная организация является представителем трудового коллектива на основании решения Конференции научно-педагогических и других категорий работников Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова.

В основе социальной политики лежат программы «Жилье», «Отдых», «Здоровье», «Дети» и ряд других, которые реализуются при непосредственном участии МГО

Профсоюза. К несомненным достижениям профсоюзной организации Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова за последние годы следует отнести принятые по инициативе профсоюзного комитета и успешно осуществляемые программа и соответствующие положения «О льготном обучении работников и детей работников», «О звании Ветеран труда Университета» и др.

Профсоюзные активисты входят в состав ученого совета, расширенного ректората, а также в социально значимые университетские комиссии по охране труда, выборам научно-педагогических работников, конкурсному избранию профессорско-преподавательского состава, учету табелей рабочего времени, социальным вопросам, а также наградной и единой. В наше время агрессивно навязываемого индивидуализма профсоюз остался единственным легитимным и защищенным законом социальным институтом, посредством которого голос каждого работающего может быть услышан.

Появление и развитие профсоюзного движения в России во второй половине XIX – начале XX в.

История нашей профсоюзной организации уходит своими корнями в самое начало XX века. Знаменательным является тот факт, что профсоюзное движение России и наш университет являются практически одногодками. Этап возникновения профсоюзного объединения характеризуется экономическим и духовным развитием российского общества. Московская интеллигенция в те годы была сравнительно немногочисленной (15–20 тыс. человек), около половины которой составляли преподаватели, педагоги и воспитатели. Ряды интеллигенции постоянно пополняли выпускники учебных заведений: Императорского Московского университета, Императорского Московского технического училища и др. Лучшие профессора и препода-

¹ URL: <https://www.rea.ru/ru/org/affiliates/profkom/Pages/Kollektivnyj-dogovor.aspx>

даватели этих учебных заведений были приглашены в созданный в 1907 г. Московский коммерческий институт, правопреемником которого является Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова.

Судебная, военная, земская и городская реформы, а затем и реформа народного просвещения, проводимые в Российской империи в конце XIX века, в значительной степени определили путь исторического развития страны. Если раньше учителями народных школ были отставные солдаты, дьяки и недоучки-семинаристы, то теперь основную массу народных учителей представляли люди, закончившие уездные педагогические и духовные училища. Им, как правило, недоставало педагогического мастерства, поэтому была введена своеобразная форма его повышения – учительские собрания. Они проводились во время летних каникул. В дальнейшем собрания были переименованы в учительские съезды. Они способствовали объединению учительства, разбросанного в своем большинстве по глухим местечкам. Нетрудно догадаться, что власть понимала опасность осознания учителями своей общности, усиления корпоративной сплоченности в отстаивании своих прав и интересов.

Между тем тогда учитель в России получал заработную плату в 2–3 раза меньше, чем его коллеги в Англии, Пруссии, Голландии, да и та выплачивалась нерегулярно. Пенсия была мизерной, бытовые и жилищные условия чрезвычайно тяжелыми, отсутствовали какие бы то ни было формы социальной поддержки.

К началу Крымской войны (1853 г.) в Москве насчитывалось более 120 учебных заведений, 1 105 учителей и 14 397 учащихся. Императорский Московский университет, оставаясь центром духовной жизни и города, и России, претерпел большие изменения. Стремление правительства пресечь приток простолюдинов не приносило результатов. Число студентов из различных провинций становилось все больше.

За четыре десятилетия после 1861 г. число студентов Императорского Московского университета превысило 4 тыс. человек, т. е. возросло почти в 3 раза, заметно выросло их количество и в Императорском Московском техническом училище, Московской консерватории, Училище живописи, ваяния и зодчества, Лазаревском институте восточных языков, Петровской земледельческой и лесной академии. В связи с тяжелым материальным и правовым положением учительства становилось все более необходимым искать поддержку у товарищей и сочувствующих лиц через так называемые общества взаимопомощи. Первые общества ограничивались взаимной материальной поддержкой.

К числу первых подобных обществ в России относится Общество попечительства о воспитательницах и учительницах в России, основанное в Санкт-Петербурге в 1866 г., но до 1870 г. существовавшее под названием «Филантропическое общество попечительства гувернанток в России». Действительными членами его могли быть только учительницы, воспитательницы и надзирательницы. Общество заботилось о трудоустройстве воспитательниц и учительниц, имело библиотеку, сберегательную кассу, дешевые квартиры для воспитательниц, временно оставшихся без места работы, выдавало ссуды и пособия. Разносторонней деятельностью отличалось Московское общество воспитательниц и учительниц, состоящее под Августейшим Государыни Императрицы покровительством. Оно имело рекомендательную контору, дом призрения для своих престарелых членов, временные и постоянные дешевые для них квартиры, библиотеку и педагогический музей, выдавало пособия, ссуды и пенсии. Для повышения уровня образования своих членов общество содержало одногодичные педагогические курсы и устраивало коллективные уроки на базе школы общества.

В Санкт-Петербурге было учреждено Общество взаимного вспомоществования учителям и учительницам народных учи-

лиц губернии, насчитывавшее 527 членов. Там же было учреждено Общество взаимного вспомоществования и Общество технологов. Последнее имело целью приискание технологам мест и занятий, выдачу пособий нуждающимся членам общества и их семьям, содействие сближению технологов с фабрикантами и заводчиками, а также разработку технических вопросов. Число его членов составляло 1 032 человека. Общество издавало «Вестник Общества технологов».

Такой же характер имело Общество гражданских инженеров Санкт-Петербурга, действительными членами которого могли быть бывшие воспитанники Института гражданских инженеров.

Московское политехническое общество, объединявшее выпускников Императорского Московского технического училища (ныне МГТУ им. Н. Э. Баумана), наряду с научно-техническими вопросами занималось подбором мест для занятий, устройством касс взаимопомощи и другими вопросами.

В это время появились общества взаимного вспомоществования, взаимного вспоможения, которые стали одними из первых легальных профессиональных объединений (союзов). Правовое положение учителей было не лучшее: его смело можно охарактеризовать как поднадзорное. Более того, учителей самих заставляли надзирать за учащимися, не допускать вольномыслия. Прогрессивные деятели России выступали за необходимые реформы в области образования. Одним из таких деятелей был московский городской голова, крупный ученый, академик, профессор Московского университета Б. Н. Чичерин. Он выступил с речью в мае 1883 г., в которой призывал к единению земских людей на пользу Отечеству: «Без общественной самодетельности все преобразования не имеют смысла. Мы по собственному почину должны сомкнуть ряды против общественного порядка. А для этого необходимо прежде всего, чтобы люди узнали друг друга, чтобы они обменялись мыслями,

чтобы они протянули друг другу руку»¹. По приказу царя в июле 1883 г. Б. Н. Чичерин был отправлен в отставку, а его речь была запрещена к печати.

В те годы в Москве быстро развивались промышленность и транспорт, увеличивалась численность рабочих, населения в целом. Если к началу 60-х гг. XIX в. Москва насчитывала 400 тыс. жителей, то к началу XX столетия ее население увеличилось в 2,5 раза, перешагнув рубеж в 1 млн человек.

В Москве в начале XX в. при Московском коммерческом институте было создано и действовало Общество любителей коммерческих знаний, которое занималось поощрением профессионального коммерческого образования и пыталось решать ряд социальных проблем, т. е. в какой-то мере являлось прототипом современной профсоюзной организации университета.

Становление и деятельность профсоюзной организации университета в первые годы советской власти

После событий Октябрьской революции и Гражданской войны профсоюзная организация, существовавшая в Московском коммерческом институте, входила в Московский губернский комитет союза работников просвещения (губпрос). Большое значение в профсоюзной жизни играли собрания и конференции Московского губпроса. На них рассматривалась текущая деятельность комитета и его членских организаций, определялись новые задачи и направления работы, разъяснялись условия добровольного вступления в профсоюз. Отметим, что за сравнительно короткое время практически все работники образовательных учреждений Москвы добровольно стали членами профсоюза. В начале 1920-х гг. правление губпроса поставило задачу активизировать работу рядовых членов профсоюза, создать профсоюзный актив в форме делегатских собраний. На

¹ URL: <https://constitutions.ru/?p=20921> (дата обращения: 27.04.2021).

этой основе необходимо было вовлечь в профсоюзное строительство широкие слои рядовых членов профсоюза, установить прочные контакты между делегатскими собраниями и местными комитетами профсоюза. Было разработано специальное положение, в соответствии с которым делегатские собрания были призваны поднять политический уровень работниц и крестьянок, способствовать работе комитетов взаимопомощи, ликвидации безграмотности, а также вести общественную работу.

Делегатские собрания созывались в учреждениях с числом работников не ниже 100 человек. В отдельных случаях допускалась меньшая численность. Была установлена норма представительства в делегатском собрании: от 10 до 20 работников – 2 человека. Собрания созывались раз в две недели, на них обсуждались следующие вопросы: планы работы месткомов профсоюза, отчеты об их деятельности; взимание членских взносов, заключение коллективных договоров; проверка соблюдения Кодекса законов о труде; культурная и финансовая работа, отчеты администрации.

Делегаты регулярно отчитывались о своей работе перед местными комитетами и делегатскими собраниями. Они информировали месткомы профсоюза о нарушениях законодательства в образовательном учреждении. Спорные вопросы в случае несогласия месткома с решением делегатского собрания передавались на разрешение общего собрания губпроса.

Работа делегатами выполнялась бесплатно, однако численность членов делегатских собраний была значительная – около 5 тыс. человек. Местные комитеты профсоюза (месткомы) создавались в каждом учебном заведении (с числом работающих не менее 50 человек) и действовали на основании Положения о местных комитетах. При меньшей численности работающих в учебном заведении избирались уполномоченные профсоюза. Месткомы (уполномоченные) поддерживали связь с городским комитетом профсоюза, собира-

ли членские взносы, вели агитационную, организационно-просветительскую работу. В случае если малочисленные профсоюзные организации территориально располагались близко друг к другу, разрешалось создавать единый местный комитет. В выборах членов местного комитета из числа членов профсоюза принимали участие все работники образовательного учреждения. Основными задачами месткомов были содействие улучшению материального положения и быта работников, охрана труда, повышение культурного уровня членов профсоюза. В советский период помимо всех упомянутых целей ставилась и решалась задача организации отдыха работников (в том числе санаторно-курортного), экскурсионных и просветительских поездок по различным регионам страны.

Отметим, что в профсоюзную организацию нашего института в то время входили и профсекции студентов, которые в период экономического развития, как и сегодня студенческое самоуправление, оказывали существенное влияние на студенческую жизнь. Студенческой профсоюзной организацией за многолетний период своего существования было внесено много позитивных предложений, связанных с различными сторонами жизни вуза, работой научных кружков (секций), организацией досуга и др.

Современный этап деятельности профсоюзной организации РЭУ им. Г. В. Плеханова (1990–2020)

На 90-е гг. XX столетия приходится наиболее сложный период жизни высшей школы и ее профсоюзных организаций. Это время резкого ухудшения материального положения работников образования, снижения их социального статуса, отмены многих социальных гарантий. Однако творческая работа профсоюзных организаций подразделений вуза в новых экономических и правовых условиях позволила в значительной мере сохранить веру коллектива в то, что их выборный профсоюзный орган по-прежнему остается надеж-

ным защитником прав и интересов членов профсоюза и сохранил социальную стабильность в коллективе.

С 1991 г. и до начала нулевых – это период коренной перестройки и рыночной романтики. В то время профсоюзная организация Российской экономической академии имени Г. В. Плеханова стала одним из инициаторов реорганизации существовавшего положения в профсоюзном движении. По ее инициативе на территории академии состоялась первая Московская конференция преподавателей вузов (январь 1991 г.).

В то сложное время в московских вузах наблюдается стремительное падение качества подготовки специалистов. Главная причина – принцип остаточного финансирования высшего образования. В условиях нарастающей инфляции и непростого периода перехода к рынку социально-экономическое положение работников вузов резко обострилось. Являясь работниками бюджетной сферы, сотрудники вузов вправе рассчитывать на действенную помощь государства в лице его высших органов и органов местной власти. Труд преподавателей – один из самых тяжелых, он должен достойно оцениваться государством и обществом. Разрушение всегда стремительно, а созидание – процесс длительный. Именно поэтому для поддержания высокого уровня высшего образования постоянно требуются значительные материальные средства и организационные усилия. Не имея возможности обсудить сразу все проблемы высшей школы, первая Московская городская конференция преподавателей высших учебных заведений сосредоточила внимание на самом актуальном на тот период времени вопросе – правовой и социальной защищенности работников вузов.

Время требовало поиска новых форм профсоюзного движения в вузах. С этой целью был создан Московский комитет социальной защиты работников вузов, председателем которого был избран В. Серенко (МВТУ), а первым заместителем – про-

фессор А. Мещеряков (МИНХ им. Г. В. Плеханова). В 1993 г. А. Мещеряков стал председателем этого комитета. Комитет просуществовал десять лет, внес существенный вклад в коренное преобразование деятельности профсоюзного движения, стал одним из инициаторов Закона об образовании в Российской Федерации, заключения коллективных договоров в вузах, доплат за должность и звание профессорско-преподавательскому составу и т. д.

По инициативе МЭИ, РЭА им. Г. В. Плеханова и МФТИ в 1993 г. было образовано Профессорское собрание города Москвы, также сыгравшее существенную роль в преобразовании деятельности профсоюзов в вузах в соответствии с современными реалиями. Представителем РЭА им. Г. В. Плеханова в этом собрании был профессор А. Мещеряков.

В 1998 г. был подписан первый Коллективный договор между администрацией и коллективом работников РЭА им. Г. В. Плеханова. Отметим, что профсоюзная организация академии была одной из первых в Москве. Во многом ее работа ведется на основе положений Коллективного договора, который занимает важнейшее место в сфере регулирования социально-трудовых отношений в вузе, в работе профсоюзной организации и администрации.

Роль Коллективного договора особенно повышается в наши дни. Это касается таких моментов, как оплата и нормирование труда; финансово-экономическая деятельность; обеспечение условий труда, социально-бытовых условий; обеспечение участия коллектива в управлении университетом; обеспечение деятельности профсоюзной организации.

Профсоюзный актив РЭУ им. Г. В. Плеханова и подразделений (от членов профкома до профгруппорга) насчитывает несколько десятков человек. Именно эти люди стоят на переднем крае защиты законных прав и интересов членов своего коллектива. В профком ежедневно обращаются десятки человек за советом и помощью.

Профсоюзная организация университета, как уже отмечалось, является составной частью МГО Профсоюза, которая взаимодействует с соответствующими министерствами и ведомствами России; участвует в подготовке и заключении ежегодного Московского трехстороннего соглашения между Правительством Москвы, московскими объединениями профсоюзов и московскими объединениями работодателей; отраслевого тарифного соглашения и Генерального соглашения с правительством.

Профессиональный союз работников народного образования и науки Российской Федерации на протяжении многих лет активно участвует в борьбе за сохранение системы образования, за соблюдение прав и улучшение материального положения работников высшей школы, используя все разрешенные законодательством формы борьбы за профессиональные права.

Результатом совместной деятельности общероссийских объединений профсоюзов, общероссийских объединений работодателей и правительства Российской

Федерации стало подписание Генерального соглашения на 2021–2023 годы, в котором поставлены цели в области экономической политики (создание условий для повышения уровня жизни населения на основе устойчивого развития экономики); заработной платы, доходов и уровня жизни населения; развития рынка труда и содействия занятости населения. Главной целью соглашения признан рост благосостояния населения и социальной защищенности работников путем повышения эффективности российской экономики и стимулирования внутреннего спроса.

В настоящее время взаимные отношения профсоюзного комитета и руководства РЭУ им. Г. В. Плеханова достаточно сбалансированы, опираются на прочную базу целого ряда совместно принятых документов. Профсоюзная организация будет и в дальнейшем развивать эти отношения в конструктивном духе, что позволит успешно решать социальные проблемы коллектива.

Список литературы

1. Бачурина С. С., Владимирова И. Л., Каллаур Г. Ю. Формирование инфраструктуры системы образования в условиях цифровизации экономики // Формирование цифровой экономики и промышленности: новые вызовы : монография / под ред. А. В. Бабкина. – СПб., 2018. – С. 595–616.
2. Глоба А. А., Рудковская М. М. История банковского дела в России в XIX–XX вв. в контексте актуальных социально-экономических реформ // Экономическое развитие в XXI веке: тенденции, вызовы и перспективы : сборник научных трудов VIII Международной научно-практической конференции : в 2 ч. – Ч. 2. – Казань, 2020. – С. 17–20.
3. Кулапов М. Н., Масленников В. В., Абрамов Р. А. Трансформация системы управления университетом экономического профиля // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2020. – № 4 (112). – С. 143–157.
4. Самсин А. И., Смирнов Ю. И., Скрипникова М. И. Становление Плехановки – первого экономического вуза страны (20–30-е гг. XX в.) // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2017. – № 1 (91). – С. 33–40.
5. Скрипникова М. И., Смирнов Ю. И., Александрова Е. В. Профсоюз и работодатель // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2018. – № 1 (97). – С. 204–209.
6. Скрипникова М. И., Смирнов Ю. И., Александрова Е. В. Роль образования в процессе формирования человеческого капитала // Государство и рынок: механизмы и институты евразийской интеграции в условиях усиления глобальной гиперконкуренции : коллективная монография. – СПб. : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2017. – С. 620–624.

7. Фоменко Н. М. Инновационные коммуникации при организации учебного процесса вуза в условиях цифровой экономики // Актуальные проблемы менеджмента: менеджмент как важнейший фактор экономического роста и подъема уровня жизни в регионах : материалы международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 16 ноября 2018 года. – СПб. : ООО «Скифия-принт», 2019. – С. 277–280.

8. Фомина А. С., Скрипникова М. И. Коллегиальный орган, осуществляющий общее руководство университетом (из истории РЭУ им. Г. В. Плеханова) // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2017. – № 4 (94). – С. 189–199.

References

1. Bachurina S. S., Vladimirova I. L., Kallaur G. Yu. Formirovanie infrastruktury sistemy obrazovaniya v usloviyakh tsifrovizatsii ekonomiki [Developing the Infrastructure of Education System in Conditions of Economy Digitalization]. *Formirovanie tsifrovoy ekonomiki i promyshlennosti: novye vyzovy, monografiya* [Developing Digital Economy and Industry: New Challenges: monograph], edited by A. V. Babkin. Saint Petersburg, 2018, pp. 595–616. (In Russ.).

2. Globa A. A., Rudkovskaya M. M. Istoriya bankovskogo dela v Rossii v XIX–XX vv. v kontekste aktualnykh sotsialno-ekonomicheskikh reform [History of Banking in Russia in the 19th – 20th Century in View of Acute Social and Economic Reforms]. *Ekonomicheskoe razvitie v XXI veke: tendentsii, vyzovy i perspektivy, sbornik nauchnykh trudov VIII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Economic Development in the 21st Century: Trends, Challenges and Prospects, collection of academic works of the 8th International Conference], in 2 parts, part 2. Kazan, 2020, pp. 17–20. (In Russ.).

3. Kulapov M. N., Maslennikov V. V., Abramov R. A. Transformatsiya sistemy upravleniya universitetom ekonomicheskogo profilya [Transforming the System of Governance by University of Economic Profile]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2020, No. 4 (112), pp. 143–157. (In Russ.).

4. Samsin A. I., Smirnov Yu. I., Skripnikova M. I. Stanovlenie Plekhanovki – pervogo ekonomicheskogo vuza strany (20–30-e gg. XX v.) [Developing of the Plekhanov University – the First University of Economics in the Country (the 1920s – 1930s)]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2017, No. 1 (91), pp. 33–40. (In Russ.).

5. Skripnikova M. I., Smirnov Yu. I., Aleksandrova E. V. Profsoyuz i rabotodatel [Trade Union and the Employer]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2018, No. 1 (97), pp. 204–209. (In Russ.).

6. Skripnikova M. I., Smirnov Yu. I., Aleksandrova E. V. Rol obrazovaniya v protsesse formirovaniya chelovecheskogo kapitala [The Role of Education in the Process of Human Capital Shaping]. *Gosudarstvo i rynek: mekhanizmy i instituty evraziyskoy integratsii v usloviyakh usileniya globalnoy giperkonkurentsii, kollektivnaya monografiya* [State and Market: Mechanisms and Institutions of Eurasian Integration in Conditions of Global Hyper-Competition, joint monograph]. Saint Petersburg, the St. Petersburg State Economics University, 2017, pp. 620–624. (In Russ.).

7. Fomenko N. M. Innovatsionnye kommunikatsii pri organizatsii uchebnogo protsessa vuza v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki [Innovative Communications in Arranging University Education Process in Conditions of Digital Economy]. *Aktualnye problemy menedzhmenta: menedzhment kak vazhneyshiy faktor ekonomicheskogo rosta i podema urovnya zhizni v regionakh, materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Sankt-Peterburg, 16 noyabrya

2018 goda [Acute Problems of Management: Management as the Most Important Factor of Economic Growth and Raising Standard of Living in Regions: materials of the International Conference. St. Petersburg, 16 November 2018]. Saint Petersburg, Skifiya-print, 2019, pp. 277–280. (In Russ.).

8. Fomina A. S., Skripnikova M. I. Kollegialnyy organ, osushchestvlyayushchiy obshchee rukovodstvo universitetom (iz istorii REU im. G. V. Plekhanova) [The Board Body Exercising General Guidance of the University (from History of the Russian Plekhanov University of Economics)]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2017, No. 4 (94), pp. 189–199. (In Russ.).

Сведения об авторах

Павел Хафизуллович Катабай

начальник отдела по работе с диссертационными советами управления аттестации и подготовки научных кадров, председатель профбюро первичной профсоюзной организации РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Katabay.PKh@rea.ru

Владимир Иосифович Ресин

доктор экономических наук, профессор, заведующий базовой кафедрой «Управление проектами и программами Capital Group» РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Resin.VI@rea.ru

Марина Игоревна Скрипникова

начальник отдела аттестации педагогических кадров, заместитель председателя профсоюзной организации РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Skripnikova.MI@rea.ru

Юрий Игоревич Смирнов

кандидат исторических наук, доцент, председатель профсоюзной организации РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: smirnov.yi@rea.ru

Information about the authors

Pavel Kh. Katabay

Head of the Department for Work with Dissertation Councils of the Department of Certification and Training of Scientific Personnel, Chairman of the Trade Union Bureau of the Primary Trade Union Organization of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: Katabay.PKh@rea.ru

Vladimir I. Resin

Doctor of Economics, Professor, Head of the Project and Program Management Joint Department with Capital Group of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: Resin.VI@rea.ru

Marina I. Skripnikova

Head of the Department of Certification of Teaching Staff, Deputy Chairman of the Trade Union Organization of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: Skripnikova.MI@rea.ru

Yuriy I. Smirnov

PhD, Assistant Professor, Chairman of the Trade Union Organization of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: smirnov.yi@rea.ru

ДИСКУССИОННЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО ХАРАКТЕРИСТИКЕ И ОЦЕНКЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ ОРГАНИЗАЦИИ

В. В. Мануйленко

Северо-Кавказский федеральный университет,
Ставрополь, Россия

М. В. Галазова

Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова,
Владикавказ, Россия

В условиях развития цифровой экономики нематериальные активы – один из ключевых источников прогресса, стратегический фактор, определяющий условия и перспективы развития национальной финансовой системы, что обуславливает актуальность и своевременность исследования. Отсутствие однозначного определения понятия «нематериальные активы» в российской и зарубежной литературе, его тесная связь, отождествление с терминами «неосязаемые, интеллектуальные активы», «гудвилл», «интеллектуальный капитал», недостаточное понимание производственного назначения нематериальных активов в бизнесе организаций являются проблемными аспектами работы. Цель исследования – раскрыть экономическое содержание и оценить производительность нематериальных активов организации. По теоретическому направлению исследования изучено понятие «нематериальные активы» организации с позиций российского и международного законодателя, выявлены его отличительные признаки, представлена логическая взаимосвязь между понятиями «нематериальные, неосязаемые, интеллектуальные активы», «гудвилл», «интеллектуальный капитал»; в практической области исследования обоснован выбор коэффициента Дж. Тобина как для оценки производительности нематериальных активов, так и измерения риска получения/неполучения доходов от их использования. В результате выявлена низкая производительность нематериальных активов, отличающихся риском нерезультативного использования.

Ключевые слова: нематериальные, интеллектуальные, неосязаемые активы, интеллектуальный капитал, производительность, показатель Дж. Тобина, риск недополучения доходов.

DEBATABLE PROVISIONS CONCERNING CHARACTERITIC AND ESTIMATION OF CAPACITY OF ORGANIZATION INTANGIBLE ASSETS

Victoria V. Manuylenko

North-Caucasus Federal University,
Stavropol, Russia

Marina V. Galasova

North Ossetian state University named after Kosta Levanovich Khetagurov,
Vladikavkaz, Russia

In conditions of digital economy development intangible assets act as one of key sources of progress, as a strategic factor influencing conditions and prospects of the national finance system development, which stipulates topicality and timeliness of the research. The absence of a simple definition of the notion 'intangible assets' in Russian and overseas literature, its close connection and coincidence with such terms as 'intangible, intellectual assets',

'goodwill', 'intellectual capital', poor understanding of industrial purpose of intangible assets in organization business make up debatable aspects of the paper. The goal of the research is to reveal the economic content and to estimate capacity of organization intangible assets. As for the theoretical aspect of the research the author studies the notion 'organization intangible assets' in view of Russian and overseas legislation, identifies its distinctive characteristic and shows the logical interrelation between such notions as 'intangible, intellectual assets', 'goodwill', 'intellectual capital'. Concerning the practical field of the research the author grounds the choice of J. Tobin coefficient both for estimation of intangible asset capacity and assessing the risk of getting / missing profits of their use. As a result a low capacity of intangible assets was elicited, which at the same time show risk of inefficiency use. *Keywords:* intangible, intellectual assets, intellectual capital, capacity, J. Tobin coefficient, risk missing.

Введение

В условиях модернизации национальных финансовых отношений нематериальные активы – ключевые источники богатства и рыночного успеха корпораций, которые должны быстро трансформироваться в финансовые результаты корпораций, регионов и стран. К сожалению, большинство российских и зарубежных авторов допускают смешанную характеристику понятий «нематериальные, интеллектуальные, неосязаемые активы», «гудвилл», «интеллектуальный капитал», что затрудняет определение их функционального назначения в бизнесе организации.

Рабочая гипотеза исследования основана на определении логической взаимосвязи между терминами «нематериальные, интеллектуальные, неосязаемые активы», «интеллектуальный капитал», а также оценке производственного назначения нематериальных активов в бизнесе организации, что позволит определить их роль в условиях цифровой экономики.

Теоретическая значимость исследования – построение логической взаимосвязи между терминами «нематериальные, неосязаемые, интеллектуальные активы» и «интеллектуальный капитал», формирующей теоретическую базу дальнейшего исследования альтернативных направлений развития нематериальных активов в организациях; практическая значимость – определение производственного назначения нематериальных активов по коэффициенту Дж. Тобина, отражающему проявление риска получения/недополучения доходов от их использования, что позволит развить положения, формирующие прак-

тическую базу оценки производственного назначения нематериальных активов организации.

Характеристика термина «нематериальные активы» организации национальным законодателем и международными стандартами финансовой отчетности

В хозяйствующих субъектах по форме функционирования наряду с материальными и финансовыми активами различают нематериальные активы.

Согласно пункту 3 статьи 257 Налогового кодекса Российской Федерации (Федеральный закон от 5 августа 2000 г. № 117), с позиции российского законодателя нематериальные активы – это приобретенные и (или) полученные налогоплательщиком итоги интеллектуальной деятельности и другие объекты интеллектуальной собственности (исключительные права на них), применяемые при выпуске продукции (оказании услуг, проведении работ) или для управленческих потребностей организации в продолжительный момент времени (более 1 года)¹. Содержание нематериальных активов определено нормативно-правовыми документами, бухгалтерскими стандартами. Очевидно, что долгосрочность их функционирования предполагает получение большей доходности.

С позиции международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) нематериальный актив – идентифицируемый и контролируемый без физической формы немонетарный актив, удерживаемый организацией по следующим критериям

¹ URL: www.base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW

признания: идентифицируемость, контроль над ресурсом, признание экономических выгод от его будущего применения. Именно проявление критериев «идентифицируемость» и «контролируемость» сочетается с получением экономических выгод от использования актива в будущем.

По бухгалтерскому балансу нематериальные активы – это имущественные права, отложенные расходы, права на интеллектуальную собственность, гудвилл. На оценку доходных нематериальных активов в будущем, дохода от их использования не влияет постановка на баланс. Признание нематериальных активов организации российским и международным законодателем, долгосрочный характер их использования с направленностью на получение экономических выгод в будущем повышают их значимость среди иных активов организации.

Логическая взаимосвязь понятий «нематериальные, неосязаемые активы», «гудвилл» организации

Российские и переводные МСФО не отмечают различий между терминами «неосязаемые» и «нематериальные» активы.

Большинство авторов уточняют вид активов – неосязаемые, гудвилл, нематериальные и др. Л. А. Джойя [11. – Р. 73], К. К. Прахалад, Г. Хэмел [14. – Р. 321], П. Санчез, К. Шаминад, М. Олеа [16. – Р. 326], Н. Р. Кельчевская, М. Е. Павлов [3. – С. 205] приравнивают термины «интеллектуальный капитал», используемый менеджерами, и «неосязаемые активы» – бухгалтерами. Утверждая, что гудвилл объединяет все неосязаемые активы организации, они отождествляют их с интеллектуальным капиталом. Очевидно, что неосязаемые активы, не соответствуя критериям признания по МСФО, не выражают результаты интеллектуальной деятельности.

Таким образом, неосязаемые активы организации – это интеллектуальный капитал, нематериальные активы в бухгалтерском балансе, *активы*, не отвечающие критериям признания, не являющиеся итогом интеллектуальной деятельности. Как пра-

вило, неосязаемыми активами, формирующими стоимость, выступают высококвалифицированные сотрудники, мощные денежные потоки, обеспечивая лояльность, надежность, принимая долгосрочные решения, получая оцениваемую экономическую прибыль в организации. Из-за сложности правильной оценки прибыли в будущем интеллектуальным активом называют рабочую силу. То есть понятие «неосязаемые активы» наиболее широкое, оно интегрирует термины «интеллектуальный капитал» и «нематериальные активы».

По мнению А. Б. Борисова, нематериальные активы – основной капитал организации [1. – С. 505].

К. Э. Свейби в труде «Невидимый баланс» идентифицирует три базовых нематериальных актива организации: человеческий, организационный и клиентский капитал¹.

А. Брукинг [7. – Р. 366] и Т. Т. Касаев [2. – С. 42] подразделяют интеллектуальные активы на интеллектуальную собственность, человеческие, инфраструктурные, рыночные нематериальные активы, т. е. нематериальные активы – часть интеллектуальных активов организации.

По мнению Т. А. Стюарта [17. – Р. 67], интеллектуальные активы – итог знаний и квалификации работников, знания всех работников организации, создающие ее конкурентоспособность, обеспечивая рост благосостояния.

Л. Эдвинссон, М. С. Малоун [10. – Р. 13], Б. Б. Леонтьев [4. – С. 99] применяют термин «сложный комплексный нематериальный актив» – бренды, клиентура, фирменное наименование, каналы продаж, лицензионные и другие договоры.

Приобретенный актив, внутренне созданный без отражения на балансе, – цена без материальной оценки (стоимость покупателя за компанию – балансовая стоимость) – гудвилл.

Ф. Лельерт и И. Родов отмечают, что оценка материальных активов, обяза-

¹ URL: <http://sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm>

тельность по балансовой стоимости влияет на оценку гудвилла [13. – Р. 330], показывая влияние метода оценки активов, обязательств на его величину.

Очевидно, что полное отождествление терминов «нематериальные активы», «неосязаемые активы», «интеллектуальные активы», «деловая репутация» организации необоснованно и неправомерно. Термин «нематериальные активы» организации – часть неосязаемых активов, признаваемая по отдельным критериям, а гудвилл объединяет совокупность неосязаемых активов организации, т. е. эти термины справедливо считать родственными.

Логическая взаимосвязь понятий «нематериальные, интеллектуальные активы», «интеллектуальный капитал» организации

Термин «капитал» основывается на понятии «активы» (цена активов – цена пассивов).

Более ценный актив, по мнению Д. А. Клейна и Л. Прусака [12. – Р. 12], создают из формализованного, фиксированного интеллектуального материала.

Американский экономист Дж. К. Гэлбрейт в 1969 г. с эффектами будущих активов сочетал интеллектуальный капитал, сравнивая его с эффективностью, показывающей идеи, понятия нематериальных активов организации [См.: 5. – С. 14].

Р. Рослендер и Р. Финчем [15. – Р. 385] считают, что реально новый актив, не соответствующий неосязаемым активам, гудвиллу, – это интеллектуальный капитал.

И. Кэдди [8. – Р. 130] и А. А. Уайлмен [18. – Р. 146] мягким активом называют интеллектуальный капитал, а жестким – неосязаемые активы.

По мнению Л. В. Юрьевой, О. В. Баженова и М. А. Казаковой, в узком смысле активы – интеграция мысленных знаний, умений сотрудников и мыслительный итог их воплощения в иных неосязаемых активах (внутрифирменные структуры, инновации, интеллектуальная собственность, клиентский капитал и др.); в широком

смысле – объединение неосязаемых активов, в том числе не выступающих итогом мыслительной деятельности, – интеллектуальный капитал компании [6. – С. 21].

Очевидно, что нематериальные активы – часть интеллектуальных активов, выступающих в свою очередь составным элементом интеллектуального капитала организации.

Т. Т. Касаев [2. – С. 40], указывая, что без нематериальных активов организация не может развиваться, укреплять конкурентные позиции, подчеркивает в итоге их роль. Признавая значимость нематериальных активов среди иных видов активов, справедливо отметить, что в современных условиях они должны быть производительными, принося прибыль.

Оценка производительности нематериальных активов организации

На государственном уровне нематериальные активы оценивают по Федеральному стандарту оценки № 11 «Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности»¹.

Отсутствие нематериальных активов или несущественная их доля в совокупной величине активов в большинстве российских организациях ограничивают получение экономических выгод в будущем, в том числе от развития интеллектуальной, инновационной деятельности организаций.

Для оценки производительности нематериальных активов выбран коэффициент соотношения нематериальных и материальных активов Дж. Тобина. Его значения можно считать критерием риска производительного/непроизводительного использования нематериальных активов. При его значении более единицы наблюдается результативное использование нематериальных активов, и наоборот [5. – С. 76–77].

Следуя логике исследования, рассчитаем коэффициент Дж. Тобина в ПАО «Вто-

¹ URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181621

рая генерирующая компания оптового рынка электроэнергии» (таблица).

В рассматриваемой корпорации отмечаются значения коэффициента Дж. Тобина менее единицы. Сложившаяся ситуация, с одной стороны, свидетельствует о ее ограниченной возможности получения

прибыли за счет результативного использования нематериальных активов, а с другой – о проявлении риска непродуктивного использования нематериальных активов. Соответственно, в корпорации наиболее эффективно используют материальные активы.

**Оценка производительности нематериальных активов
в ПАО «Вторая генерирующая компания оптового рынка электроэнергии»***

Год	Активы, тыс. руб.		Коэффициент Дж. Тобина, ед.
	нематериальные	материальные	
2010	0	46 965 477	0
2011	45 690	117 730 434	0,000388
2012	40 233	136 639 481	0,000294
2013	716 647	153 963 882	0,004655
2014	675 332	172 710 423	0,003910
2015	594 063	194 667 941	0,003052
2016	512 794	201 110 246	0,002550
2017	434 922	199 552 709	0,002179
2018	353 582	203 529 939	0,001737
2019	229 886	217 391 374	0,001057
2020	166 236	229 348 844	0,000725

* Рассчитано по данным финансовой отчетности корпорации.

Выводы

В теоретической области исследования:

- охарактеризовано понятие «нематериальные активы» организации российским и международным законодателями, отличительными ключевыми признаками которых российский законодатель определяет долгосрочный характер использования, сопровождающийся большей доходностью, а международный законодатель – идентифицируемость, контролируруемость, признание будущих экономических выгод;
- выявлены логические взаимосвязи между понятиями «нематериальные, не-

осязаемые активы», «гудвилл», проявляющиеся в том, что нематериальные активы организации – составная часть неосязаемых активов, отдельная совокупность которых характеризует гудвилл;

- идентифицированы логические взаимосвязи между терминами «нематериальные, интеллектуальные активы», «интеллектуальный капитал», сводящиеся к тому, что нематериальные активы организации – составная часть интеллектуальных активов – элемента интеллектуального капитала организации.

В практической области исследования рассматриваемой корпорации:

– оценена производительность нематериальных активов с применением коэффициента Дж. Тобина, констатирующая ограниченную возможность получения прибыли за счет результативного их использования;

– несоответствие значений показателя Дж. Тобина критериальному уровню под-

тверждает риск непроизводительного использования нематериальных активов.

В условиях развития цифровой экономики важно повышать производительность нематериальных активов. Страны, богатые наукоемкой деятельностью, должны стать ведущими с точки зрения будущего создания богатства.

Список литературы

1. *Борисов А. Б.* Большой экономический словарь. – М. : Книжный мир, 2010.
2. *Касаев Т. Т.* Интеллектуальный капитал как фактор инновационного развития экономики // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Социально-экономические науки. – 2007. – Т. 7. – Вып. 3. – С. 38–44.
3. *Кельчевская Н. Р., Павлов М. Е.* Сущность интеллектуального капитала // Материалы Всероссийского симпозиума по экономической теории. – Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2003. – С. 203–205.
4. *Леонтьев Б. Б.* Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. – М. : Издательский центр «Акционер», 2009.
5. *Мануйленко В. В., Ермакова Г. А.* Оценка интеллектуального капитала российских корпораций : монография. – М. : Проспект, 2020.
6. *Юрьева Л. В., Баженов О. В., Казакова М. А.* Интегрированный управленческий учет и анализ инновационной деятельности в металлургических холдингах. – М. : Инфра-М, 2013.
7. *Brooking A.* The Management of Intellectual Capital // Long Range Planning. – 1997. – N 3 (3). – P. 365–366.
8. *Caddy I.* Intellectual Capital: Recognizing Both Assets and Liabilities // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1. – N 2. – P. 129–146.
9. *Daum J. H.* Intangible Assets. – Bonn : Galileo Press GmbH, 2002.
10. *Edvinsson L., Malone M. S.* Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. – New York : HarperBusiness, 1997.
11. *Joia L. A.* Measuring Intangible Corporate Assets. Linking Business Strategy with Intellectual Capital // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1. – N 1. – P. 68–84.
12. *Klein D. A., Prusak L.* Characterizing Intellectual Capital, multiclient program working paper. – Boston : Ernst & Young Center for Business Innovation, 1994.
13. *Leliaert Ph., Rodov I.* FiMIAM: Financial Method of Intangible Assets Measurement // Journal of Intellectual Capital. – 2002. – Vol. 3. – N 3. – P. 323–336.
14. *Prahalad C. K., Hamel G.* The Core Competence of the Corporation // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – N 4. – P. 312–327.
15. *Roslender R., Fincham R.* Thinking Critically about Intellectual Capital Accounting // Accounting, Auditing & Accountability Journal. – 2001. – Vol. 14. – N 4. – P. 383–399.
16. *Sanchez P., Chaminade C., Olea M.* Management of Intangibles // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1. – N 4. – P. 312–327.

17. Stewart T. A. Intellectual Capital: The New Wealth of Organisations. – New York, 1997.
18. Wileman A. A. Capital Idea // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1. – N 2. – P. 129–146.

References

1. Borisov A. B. Bolshoy ekonomicheskii slovar [Big Economic Dictionary]. Moscow, Knizhnyy mir, 2010. (In Russ.).
2. Kasaev T. T. Intellektualnyy kapital kak faktor innovatsionnogo razvitiya ekonomiki [Intellectual Capital as a Factor of Innovation Development of Economy]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sotsialno-ekonomicheskie nauki* [Bulletin of the Novosibirsk State University. Series: Social and Economic Science], 2007, Vol. 7, Issue 3, pp. 38–44. (In Russ.).
3. Kelchevskaya N. R., Pavlov M. E. Sushchnost intellektualnogo kapitala [The Essence of Intellectual Capital]. *Materialy Vserossiyskogo simpoziuma po ekonomicheskoy teorii* [Materials of the All-Russian Symposium on Economic Theory]. Ekaterinburg, Institute of Economics UrO RAN, 2003, pp. 203–205. (In Russ.).
4. Leontev B. B. Tsena intellekta. Intellektualnyy kapital v rossiyskom biznese [Intellect Price. Intellectual Capital Russian Business]. Moscow, Publishing Center 'Aktioner', 2009. (In Russ.).
5. Manuylenko V. V., Ermakova G. A. Otsenka intellektualnogo kapitala rossiyskikh korporatsiy, monografiya [Evaluation of Intellectual Capital in Russian Corporations, monograph]. Moscow, Prospekt, 2020. (In Russ.).
6. Yureva L. V., Bazhenov O. V., Kazakova M. A. Integrirovannyi upravlencheskiy uchet i analiz innovatsionnoy deyatelnosti v metallurgicheskikh kholdingakh [Integrated Managerial Accounting and Analyses of Innovation Activity in Steel-Making Holding Companies]. Moscow, Infra-M, 2013. (In Russ.).
7. Brooking A. The Management of Intellectual Capital. *Long Range Planning*, 1997, No. 3 (3), pp. 365–366.
8. Caddy I. Intellectual Capital: Recognizing Both Assets and Liabilities. *Journal of Intellectual Capital*, 2000, Vol. 1, No. 2, pp. 129–146.
9. Daum J. H. Intangible Assets. Bonn, Galileo Press GmbH, 2002.
10. Edvinsson L., Malone M. S. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. New York, HarperBusiness, 1997.
11. Joia L. A. Measuring Intangible Corporate Assets. Linking Business Strategy with Intellectual Capital. *Journal of Intellectual Capital*, 2000, Vol. 1, No. 1, pp. 68–84.
12. Klein D. A., Prusak L. Characterizing Intellectual Capital, multiclient program working paper. Boston, Ernst & Young Center for Business Innovation, 1994.
13. Leliaert Ph., Rodov I. FiMIAM: Financial Method of Intangible Assets Measurement. *Journal of Intellectual Capital*, 2002, Vol. 3, No. 3, pp. 323–336.
14. Prahalad C. K., Hamel G. The Core Competence of the Corporation. *Journal of Intellectual Capital*, 2000, No. 4, pp. 312–327.
15. Roslender R., Fincham R. Thinking Critically about Intellectual Capital Accounting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 2001, Vol. 14, No. 4, pp. 383–399.
16. Sanchez P., Chaminade C., Olea M. Management of Intangibles. *Journal of Intellectual Capital*, 2000, Vol. 1, No. 4, pp. 312–327.

17. Stewart T. A. *Intellectual Capital: The New Wealth of Organisations*. New York, 1997.
18. Wileman A. A. *Capital Idea*. *Journal of Intellectual Capital*, 2000, Vol. 1, No. 2, pp. 129–146.

Сведения об авторах

Виктория Валерьевна Мануйленко

доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры «Финансы и кредит»
Северо-Кавказского федерального
университета.

Адрес: ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский
федеральный университет», 355017,
Ставропольский край, Ставрополь,
ул. Пушкина, д. 1.

E-mail: vmanuilenko@ncfu.ru

ORCID: 0000-0003-1325-0116

Марина Викторовна Галазова

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры бухгалтерского учета
и налогообложения Северо-Осетинского
государственного университета
имени Коста Левановича Хетагурова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский
государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»,
Республика Северная Осетия – Алания,
Владикавказ, ул. Ватутина, д. 44-46.

E-mail: galazovam@mail.ru

ORCID: 0000-0003-2224-7605

Information about the authors

Victoria V. Manuylenko

Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department for
"Finance and Credit"

North-Caucasus Federal University.

Address: North-Caucasus Federal University,
1 Pushkin Str., Stavropol,
Stavropol Territory, 355017,
Russian Federation.

E-mail: vmanuilenko@ncfu.ru

ORCID: 0000-0003-1325-0116

Marina V. Galasova

PhD, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
for Accounting and Taxation
of the North Ossetian state University
named after Kosta Levanovich Khetagurov.

Address: North Ossetian state University
named after Kosta Levanovich Khetagurov,
44-46 Vatutina Str., Vladikavkaz,
Republic of North Ossetia – Alania,
Russian Federation.

E-mail: galazovam@mail.ru

ORCID: 0000-0003-2224-7605



УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ АВТОТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Ф. М. Ибятков

Государственный университет управления, Москва, Россия

По показателю отношения автомобильных дорог высшей технической категории к общей протяженности дорог Россия находится в конце первой сотни мирового рейтинга. Государство стало уделять внимание проблеме развития транспортной автодорожной инфраструктуры лишь в последние пять лет, в том числе с помощью разработки и реализации национального и федеральных проектов, выделяя на них огромные денежные средства. В условиях недостатка финансирования, особенно на региональном уровне, на первый план выходит необходимость привлечения частного капитала в автодорожную отрасль. Это позволит построить больше объектов, получить больше эффектов и быстрее окупить вложенные инвестиции. В статье обоснована государственная заинтересованность в использовании государственно-частного партнерства (ГЧП) при формировании и развитии автотранспортной инфраструктуры. Автором выделены инструменты государственного участия, используемые в настоящее время в автотранспортной отрасли в Российской Федерации, а также предложены направления стимулирования развития ГЧП в автодорожной отрасли. Особое внимание уделено таким основным направлениям расширения форм взаимодействия между государством и бизнесом в сфере автодорожной инфраструктуры, как создание каналов постоянного обеспечения заинтересованных лиц информацией о новых технологиях и проектах, совершенствование регионального законодательства, разработка программ поддержки научно-исследовательских разработок в сфере дорожного строительства, подготовка высококвалифицированных кадров и т. д. Развитие автодорожной инфраструктуры не только улучшает доступность территорий, но и увеличивает доступность глобальных рынков, тем самым способствуя получению экономических и социальных эффектов.

Ключевые слова: государственное управление, национальные проекты, социальное государство, взаимодействие публичной власти и бизнеса, инфраструктура, транспортная отрасль, автодорожное строительство.

MANAGING THE DEVELOPMENT OF MOTOR TRANSPORT INFRASTRUCTURE WITH THE HELP OF STATE-PRIVATE PARTNERSHIP TOOLS

Fail M. Ibyatov

State University of Management, Moscow, Russia

The world rating of the ratio of automobile roads of the highest technical category and the total length of roads places Russia at the end of the first hundred. State began paying attention to the problem of developing the road-transport infrastructure only about 5 years ago, including elaboration and implementation of national and federal projects and allocation of great amounts of money for them. In conditions of finance shortage, especially on the regional level, the necessity to raise private capital to the road-transport industry becomes more and more acute. It could help build more projects, get more benefits and repay investment. The article explains the state interest in using the state-private partnership for founding and developing the road-transport infrastructure. The author identifies tools of state participation, which are used now in road-transport industry in the Russian Federation and proposes the lines of stimulating the state-private partnership development in road-transport industry. Special attention is paid to such key trends of extending forms of interaction between state and business in this sphere as setting up channels of continuous provision of information to concerned people that deals with new technologies and projects, upgrading regional legislation, elaborating programs supporting research and development in road

construction, training highly-qualified personnel, etc. The development of road-transport infrastructure can improve accessibility of territories and provide access to global markets, which could foster economic and social effects.

Keywords: state governance, national projects, social state, interaction of public authority and business, infrastructure, transport industry, road construction.

Введение

Общая протяженность автомобильных дорог в Российской Федерации составляет 1 395 670 километров, из них дорог федерального значения – 50 863, дорог регионального значения – 502 564, местного значения – немного более 840 000 километров. В то же время более 7% автодорог имеют грунтовое покрытие, почти 30% сельских поселений не имеют дорог с твердым покрытием и связи с автомагистралями регионального и федерального значения. 50% автотрасс нуждаются в ремонте, усилении дорожных конструкций. Показатели качества многих дорог не соответствуют нормативам. 10% автодорог, по данным Федерального дорожного агентства (Росавтодор), по качеству покрытия отнесены к низшей IV категории¹.

До недавнего времени финансовых средств хватало лишь на содержание федеральных и региональных дорог, проекты реконструкции и строительства новых автомагистралей не разрабатывались. Ситуация начала исправляться в 2018 г., когда федеральным центром были выделены регионам дополнительные средства, поскольку состояние дорог прямым образом влияет на социально-экономические показатели развития регионов.

Российское государство, определяя себя как социальное государство, является основным стейкхолдером развития транспортной инфраструктуры страны. В 2018 г. был разработан национальный проект «Безопасные и качественные дороги», реализация которого запланирована до 2024 г. Плановая стоимость реализации проекта составляет 4 779 693,38 млн рублей, в том числе 199 700,00 млн рублей, или 4,18%, из внебюджетных источников. По состоянию на 1 января 2021 г. целевые показатели в

полном объеме не достигнуты, особенно по показателям финансирования из бюджетов субъектов Российской Федерации, остро не хватает соответствующего оборудования, кадров высокой квалификации.

Решению указанных проблем должно способствовать использование государственно-частного партнерства – формы сотрудничества государства и бизнеса, при которой частной стороне поручается финансирование, строительство и эксплуатация общественного блага, в частности автомагистралей. Партнерства могут меняться во времени, адаптироваться к сложившимся условиям реализации каждого конкретного проекта и совершенствоваться. Государство путем привлечения частных инвестиций решает задачу укрепления экономики, сглаживания колебаний экономических явлений без перераспределения средств между отраслями и секторами экономики [1].

Обзор подходов к определению государственно-частного партнерства

Однозначное, признанное международным сообществом определение ГЧП к настоящему времени не сформировано. Государственно-частным партнерством называют большой диапазон соглашений между органами публичного управления и частным бизнесом. Разные страны используют различные определения на тех или иных этапах реализации государственных программ.

Наиболее часто в практике применяется определение Всемирного банка (The World Bank), который под ГЧП понимает механизм, позволяющий публичной власти создавать новые и модернизировать существующие объекты инфраструктуры социального сектора, одновременно предостав-

¹ URL: rosavtodor.gov.ru/truck/dorogi-rosavtodora/klassifikatsiya-avtodorog

ля населения общественные услуги, привлекая опыт и ресурсы частного бизнеса.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) определяет ГЧП как долгосрочное договорное соглашение между государственным органом и частным партнером, в рамках которого этот партнер обеспечивает и финансирует предоставление общественных услуг при распределении связанных с этим рисков. Это широкое определение показывает, что ГЧП может быть разработано для достижения широкого круга целей в различных секторах, таких как транспорт, социальное жилье и здравоохранение, и что оно может быть структурировано с использованием различных подходов.

В статье 3 Федерального закона № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» государственно-частное партнерство определено как юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, заключенное в целях привлечения в экономику частных инвестиций¹.

Ученые и практики России уделяют большое внимание проблемам определения, создания и развития государственно-частного партнерства. В. В. Максимов рассуждает о ГЧП как об институте, объединяющем ресурсы государства и частного бизнеса на длительный срок в целях удовлетворения общественных потребностей [3].

Существует множество других определений ГЧП. Однако все исследователи данной категории едины во мнении, что чаще всего инструменты ГЧП нужны для финансирования социально значимых проектов, реализация которых требует вы-

сокой квалификации сотрудников и крупных финансовых вложений.

ГЧП не отличается по своей природе и результатам от традиционно закупаемых проектов, но оно демонстрирует различия в том, что касается управления проектами и контрактами. Термин «государственно-частное партнерство» используется для описания долгосрочного подхода к закупке государственной инфраструктуры, основанного на результатах. Ответственность за компоненты проекта государственного сектора от проектирования и планирования до долгосрочного технического обслуживания передается частному сектору, который тем самым берет на себя значительную долю финансирования и рисков проекта.

Обоснование государственной заинтересованности в использовании государственно-частного партнерства при развитии автотранспортной инфраструктуры

Значение государственно-частного партнерства особенно велико в развитии инфраструктуры транспортной отрасли, которая может быть широко определена как строительство и техническое обслуживание объектов, предоставляющих транспортные услуги обществу. Проекты развития и обеспечения инфраструктуры транспортной сферы хорошо подходят для ГЧП, которое успешно используется для обеспечения общественной инфраструктуры, но сегодня в России с применением механизмов ГЧП строится и реконструируется всего 0,2% общей протяженности российских дорог. Это обусловлено тем, что дорожное строительство, несмотря на многочисленные преимущества, относится к наиболее непредсказуемым инфраструктурным проектам, поэтому разница между реальным трафиком и прогнозируемым может достигать 30% [2].

Привлечение инвестиций в развитие транспортной инфраструктуры влияет на повышение темпов экономического роста, способствует реализации новых экономических возможностей и облегчает воспро-

¹ URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660

изводство человеческого капитала [6]. Рост объема инвестиций в создание и модернизацию транспортной инфраструктуры необходим для достижения целей сбалансированного развития общества и др.

Во многих регионах России наблюдается инфраструктурный дефицит, о чем свидетельствуют неразвитая дорожная сеть, необустроенные рекреационные зоны, а также острая необходимость реконструкции имеющейся инфраструктуры, созданной много лет назад. Также стоит задача найти финансовые средства для реализуемых greenfield-проектов, т. е. проектов в сфере развития инфраструктуры новых, необустроенных зеленых территорий, что обусловлено быстрыми темпами старения населения на фоне растущей экономики.

Главная цель государства не может быть сведена к замещению или вытеснению капиталов частного бизнеса. Публичная власть, напротив, стремится к совершенствованию мер поддержки инвестиционной деятельности и рынков инвестиций. Задача государства заключается в создании комфортных, непротиворечивых, необременительных условий для бизнеса в целях стимулирования экономического роста. Частный бизнес характеризуется тем, что эффективно использует ресурсы, мобилен,

активно внедряет инновации. Государственно-частное партнерство должно использовать достоинства этих двух типов собственности для развития и роста экономики.

В 2020 г. размер частных инвестиций по проектам ГЧП в инфраструктуру России составил 1,6% ВВП, в то время как, например, в Англии данный уровень равен 6,6%, в Австралии – 7%, в Канаде – 8,1%. Указанные цифры свидетельствуют о недостаточном финансировании инфраструктуры с помощью инструментов ГЧП. В ближайшие 15 лет в Российской Федерации дефицит инвестиций будет составлять примерно 1,9% от ВВП. Это намного больше, чем в других странах: в Англии – 0,16%, Канаде – 0,04%.

Доля инвестиций в строительство автодорог в российском ВВП составляет примерно 2%, отставая от среднемирового уровня, равного 2,5–2,7%. В Китае эта доля составляет 6–7%. В России наибольшие инвестиции в проекты ГЧП привлекаются в сфере ЖКХ и транспорта. Доля ГЧП в транспортной сфере меньше, чем в коммунальной сфере, и составляет всего 3% от всего объема концессионных соглашений, но по объему инвестиций проекты ГЧП в сфере транспортной инфраструктуры составляют почти 70% вложений (рис. 1).

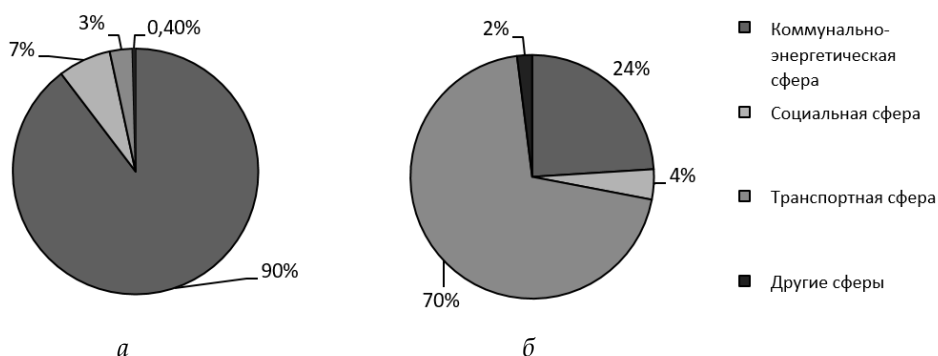


Рис. 1. Распределение количества концессионных соглашений (а) и объема инвестиций в концессионных соглашениях (б) по стадиям реализации по состоянию на 1 января 2021 г.

При этом самое большое число проектов (76%) и инвестиций (67%) приходится на инфраструктуру автомобильных дорог

(рис. 2). Имеется большое количество примеров эффективной разработки и реализации инфраструктурных проектов госу-

дарственно-частного партнерства. Одним из крупнейших транспортных проектов с использованием инструментов ГЧП является строительство Керченского моста.

Проект реализован в виде концессии, итоговая стоимость реализации проекта составила 227,92 млрд рублей.

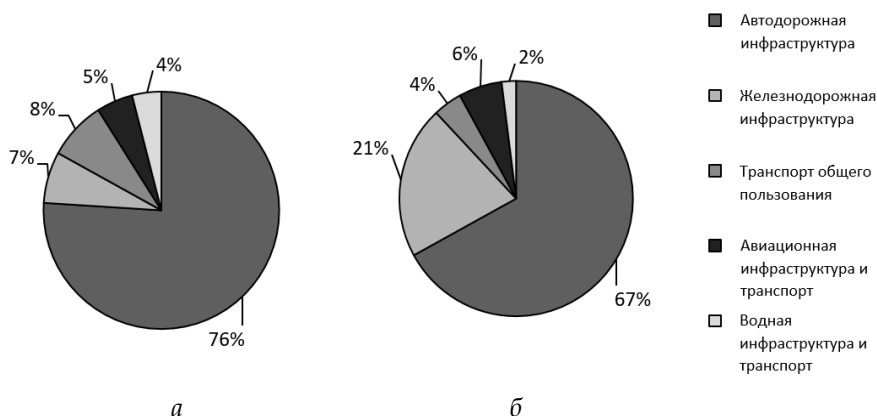


Рис. 2. Распределение количества концессионных соглашений (а) и объема инвестиций в концессионных соглашениях (б) по направлениям транспортной сферы по состоянию на 1 января 2021 г.

Среди меньших по объемам инвестиций и значимости проектов можно отметить следующие: автомобильный мост через реку Обь в Новосибирске стоимостью 39 млрд рублей; автомобильный проект «Восточный выезд» из Уфы стоимостью 34 млрд рублей; строительство мостового перехода через Волгу в обход Тольятти стоимостью 121 млрд рублей; строительство автомобильной дороги «Обход Хабаровска» стоимостью 64 млрд рублей. Объем инвестиций в реализацию проекта по строительству Центральной кольцевой автодороги (ЦКАД) в Московской области составил 315 864,0 млн рублей, из них освоено в форме ГЧП 262 298,7 млн рублей¹. Значение проекта ЦКАД еще больше увеличивается в связи с созданием транспортных коридоров международного значения. Так, возведенные трассы могут стать частью коридора Европа – Западный Китай, куда входит трасса Москва – Казань.

Объекты транспортной инфраструктуры обладают меньшей инвестиционной привлекательностью, нежели другие сферы применения механизмов ГЧП. Кроме

того, формирование будущей прибыли частного инвестора ограничивается характером услуг, государственным регулированием цен на их оказание. Таким образом, определяется необходимость использования в проектах ГЧП в качестве стимулирования и мотивации частных инвесторов каких-либо дополнительных благ.

В настоящее время ГЧП в основном реализуется с целью получения потенциальных преимуществ по сравнению с традиционными методами публичных закупок, например, за счет:

- значительных дополнительных средств, которые частные партнеры могут предоставить в дополнение к обычным бюджетным вложениям;
- повышения эффективности реализации проектов в результате их более быстрого завершения;
- возможности совместного использования рисков с частным партнером и оптимизации затрат на протяжении всего срока службы проектов;
- возможности предлагать более высокие уровни обслуживания, чем традиционные проекты, благодаря подходу, основанному на жизненном цикле проекта;

¹ URL: rosavtodor.gov.ru/truck/dorogi-rosavtodora/klassifikatsiya-avtodorog

– способности максимально эффективно сочетать государственные и частные компетенции для проведения углубленной оценки проектов и оптимизации их охвата.

В целях стимулирования развития ГЧП в автодорожной отрасли используются следующие инструменты государственной поддержки: предоставление земельного участка в аренду без торгов; налоговые льготы; льготное финансирование; поручительства по обязательствам (по кредитным договорам, договорам займа, договорам банковской гарантии, договорам лизинга). В некоторых случаях оказываются экспертная поддержка, консультации по техническому развитию, специальные меры поддержки.

К наиболее эффективным направлениям в области транспортной инфраструктуры должны применяться меры, которые помогают достичь наилучшего возможного результата, учитывая потребности сообщества. Совершенствование инфраструктуры автотранспортной отрасли должно быть направлено:

- на создание комфортных и востребованных обществом условий воспроизводства трудовых ресурсов;
- строительство новых автомагистралей и инфраструктурных объектов;
- соблюдение экологических требований.

Инфраструктура дорожного строительства представляет собой сложную социально-экономическую систему, обладающую большим потенциалом развития. Для создания и модернизации инфраструктуры необходимы благоприятная предпринимательская среда, предоставление государством налоговых льгот и преференций, а также наличие устойчивого спроса населения на социальные услуги [7].

Для активизации частного бизнеса и привлечения инвестиций в инфраструктурные проекты необходимо создать единую комплексную систему государственных и региональных инициатив, способных решить проблемы развития транспортной инфраструктуры и исправить

сложившуюся ситуацию. Данная система должна принести частным инвесторам явные выгоды, которые они смогут получить при инвестировании в проекты государственно-частного партнерства в транспортной сфере.

Среди основных направлений расширения форм взаимодействия между государством и бизнесом в сфере дорожной инфраструктуры можно выделить создание каналов постоянного обеспечения заинтересованных лиц информацией о новых технологиях и проектах [8], разработку программ поддержки НИОКР в сфере дорожного строительства и др.

Законодательство Российской Федерации в сфере государственно-частного партнерства далеко не идеально, что не позволяет ему развиваться должным образом. В частности, действующие законы о ГЧП не учитывают особенности автодорожной отрасли экономики России, не урегулировано функционирование партнерств в сфере реализации государственной социальной политики. Большой проблемой является незащищенность компаний, предлагающих частную концессионную инициативу. Затратив большие средства на подготовку предложения, инвестор может остаться и без проекта, и без средств, так как законодательно не предусмотрена компенсация в случае, если частная инициатива преобразовывается в конкурс, который выигрывает другой инвестор [4].

Отдельные проблемы ГЧП до настоящего времени не решены в законодательстве российских регионов, это замедляет развитие экономики, создание новых инфраструктурных объектов и модернизацию имеющихся. Решение проблем и устранение противоречий российского законодательства в сфере ГЧП позволит увеличить число и качество инициатив частного бизнеса, расширит область использования ГЧП, будет способствовать развитию партнерства и повышению количества реализованных проектов в сфере транспортной инфраструктуры.

Заключение

Транспортная сфера находится под пристальным вниманием со стороны государства. Совокупных государственных расходов на реализацию проектов строительства автодорог недостаточно для достижения целей социально-экономического развития. Государство заинтересовано в улучшении качества дорог, а бизнес может иметь выгодное вложение средств, одновременно выполняя социально значимые для общества задачи.

Формы взаимодействия между государством и бизнесом в сфере строительства дорог можно расширять в следующих направлениях: государству следует создать каналы постоянного обеспечения заинтересованных лиц информацией о новых дорожно-строительных технологиях, принимаемых стандартах; необходимо разработать программы поддержки НИОКР в транспортной сфере; нужна поддержка

функционирования организаций, которые проводят работу по экологическому обеспечению проектов и экологическому образованию.

Привлечение дополнительных инвестиций в сферу строительства автодорог является крайне необходимой мерой, способствующей повышению эффективности реализации инфраструктурных проектов с бюджетным финансированием, а также увеличению уровня прозрачности схемы реализации проектов.

Расширение форм взаимодействия при ГЧП как основа для формирования оптимальной модели функционирования транспортной системы позволит обеспечить приведение имеющихся финансовых ресурсов в соответствие с объемами государственных гарантий и эффективное использование природных ресурсов.

Список литературы

1. Гудименко Г. В., Зотов В. Б., Ибяттов Ф. М. Стратегическое партнерство государства и крупного бизнеса в целях реализации значимых государственных проектов // Вестник Университета. – 2018. – № 12. – С. 23–27.
2. Гурова Т., Ивантер А., Суриков В., Чистяков П. Дороги для русской «бешеной собаки» // Эксперт. – 2021. – № 28 (1214). – URL: <https://expert.ru/expert/2021/28/dorogidlya-russkoy-beshenoy-sobaki> (дата обращения: 21.08.2021).
3. Максимов В. В. Государственно-частное партнерство в транспортной инфраструктуре: критерии оценки концессионных конкурсов. – М. : Альпина Паблишер, 2010.
4. Маслова С. В. Развитие концепции государственно-частного партнерства в международно-правовой среде // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Право. – 2020. – Т. 11. – № 4. – С. 950–971.
5. Отчет о результатах контрольного мероприятия «Проверка использования бюджетных ассигнований, в том числе средств Фонда национального благосостояния, направленных на финансирование инфраструктурного проекта «Центральная кольцевая автомобильная дорога (Московская область)». – URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/982/982bf77b4368e74eeb6a392fac76009e.pdf> (дата обращения: 11.07.2021).
6. Bigli L. Öffentlich-Private Partnerschaften (Publik Private Partnerships). – Zugl. : Bochum, Ruhr-Universität, 2017.
7. Ibyatov F., Gudimenko G., Kostrikov S., Ilyukhov A., Vassilieva L. Use of Public-Private Partnership Tools for Regional Development // Man-Power-Law-Governance: Interdisciplinary Approaches. – Atlantis Press, 2019. – P. 233–237
8. Reimers N. Private Equity für Familienunternehmen: Nachfolgelösung und Wachstumsfinanzierung im deutschen Mittelstand. – Wiesbaden, 2016.

References

1. Gudimenko G. V., Zotov V. B., Ibyatov F. M. Strategicheskoe partnerstvo gosudarstva i krupnogo biznesa v tselyakh realizatsii znachimykh gosudarstvennykh proektov [Strategic Partnership between the State and Big Business in Order to Implement Significant State Projects]. *Vestnik Universiteta* [Bulletin of the University], 2018, No. 12, pp. 23–27. (In Russ.).
2. Gurova T., Ivanter A., Surikov V., Chistyakov P. Dorogi dlya russkoy «beshenoy sobaki» [Roads for the Russian "Mad Dog"]. *Ekspert* [Expert], 2021, No. 28 (1214). (In Russ.). Available at: <https://expert.ru/expert/2021/28/dorogi-dlya-russkoy-beshenoy-sobaki> (accessed 21.08.2021).
3. Maksimov V. V. Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo v transportnoy infrastrukture: kriterii otsenki kontsessionnykh konkursov [Public-Private Partnership in Transport Infrastructure: Criteria for Evaluating Concession Tenders]. Moscow, Alpina Publisher, 2010. (In Russ.).
4. Maslova S. V. Razvitie kontseptsii gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v mezhdunarodno-pravovoy srede [Development of the Concept of Public-Private Partnership in the International Legal Environment]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya: Pravo* [Herald of St. Petersburg University. Law series], 2020, Vol. 11, No. 4, pp. 950–971. (In Russ.).
5. Otchet o rezultatakh kontrolnogo meropriyatiya «Proverka ispolzovaniya byudzhethnykh assignovaniy, v tom chisle sredstv Fonda natsionalnogo blagosostoyaniya, napravlennykh na finansirovanie infrastruktornogo proekta «Tsentralnaya koltsevaya avtomobilnaya doroga (Moskovskaya oblast)» [Report on the results of the control event "Verification of the use of budget allocations, including funds of the National Welfare Fund, aimed at financing the infrastructure project" Central Ring Road (Moscow Region)]. (In Russ.). Available at: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/982/982bf77b4368e74eeb6a392fac76009e.pdf> (accessed 11.07.2021).
6. Bigli L. Öffentlich-Private Partnerschaften (Publik Private Partnerships). Zugl., Bochum, Ruhr-Universität, 2017.
7. Ibyatov F., Gudimenko G., Kostrikov S., Ilyukhov A., Vassilieva L. Use of Public-Private Partnership Tools for Regional Development. *Man-Power-Law-Governance: Interdisciplinary Approaches*. Atlantis Press, 2019, pp. 233–237
8. Reimers N. Private Equity für Familienunternehmen: Nachfolgelösung und Wachstumsfinanzierung im deutschen Mittelstand. Wiesbaden, 2016.

Сведения об авторе

Файль Мужипович Ибятов

кандидат исторических наук, доцент
кафедры государственного
и муниципального управления ГУУ.
Адрес: ФГБОУ ВО «Государственный
университет управления»,
109542, Москва,
Рязанский проспект, д. 99.
E-mail: fim1801@mail.ru

Information about the author

Fail M. Ibyatov

PhD, Assistant Professor
of the Department for State
and Municipal Administration
of the SUM.
Address: State University of Management,
99 Ryazan Avenue, Moscow, 109542,
Russian Federation.
E-mail: fim1801@mail.ru

ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИЙ

О. Е. Каленов

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В настоящее время мы являемся свидетелями становления нового типа экономики – цифровой экономики, фундаментом которой выступают цифровые экосистемы. Статья посвящена сущности цифровых экосистем, особенностям их формирования и развития. Автор описывает предпосылки их возникновения, к числу которых относит развитие технологий, желание клиента максимально полно и с наименьшими усилиями удовлетворять свои потребности, необходимость устранения географических барьеров, желание бизнеса получать большую прибыль за счет предоставления клиенту дополнительных товаров и услуг. В статье рассматриваются границы, структура и основные элементы цифровой экосистемы. Особая роль при этом уделяется организации-лидеру. Автором показана схема взаимодействия клиента и платформы, а также описан механизм превращения данных в знания в процессе их взаимодействия. Кроме того, представлены три подхода к формированию цифровых экосистем: разработка собственных сервисов, покупка сторонних и партнерские соглашения. Проведен анализ крупнейших в мире американских и китайских цифровых экосистем *Google*, *Apple*, *Facebook*, *Amazon*, *Alibaba* и *Tencent*, а также рассмотрен отечественный опыт построения цифровых экосистем на примере финансовых организаций «Сбер», «Гинькофф Банк», ВТБ, а также компаний «Яндекс», *Mail Group* и «МТС». Все это позволяет сделать вывод, что российский рынок экосистем пока еще находится в стадии формирования, но при правильном подходе имеет хорошие перспективы интеграции в активно формирующуюся цифровую экономику.

Ключевые слова: потребности, клиенты, технологии, платформа, совместное создание ценности, сетевой эффект, инновации.

DIGITAL ECOSYSTEMS OF ORGANIZATIONS

Oleg E. Kalenov

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

Today we witness the rise of a new type of economy i.e. digital economy, whose foundation is formed by digital ecosystems. The article deals with the idea of digital ecosystems, specific features of their founding and developing. The author describes the pre-conditions of their emergence, which include the development of technology, customer's desire to meet his/her needs in full and with minimum efforts, the necessity to eliminate geographic barriers and the ambition of business to get bigger profit at the expense of providing extra goods and services to the customer. The article studies the borders, structure and key elements of digital ecosystem. Special role is assigned to the organization – leader. The author shows a scheme of interaction of the customer and the platform and describes the mechanism of transforming data into knowledge in the interaction process. The author puts forward three approaches to shaping digital ecosystems: the development of own services, purchasing of outside ones and partnership agreements. The biggest in the world American and Chinese digital ecosystems were analyzed: *Google*, *Apple*, *Facebook*, *Amazon*, *Alibaba* and *Tencent*. The home experience of building digital ecosystems was investigated, such finance organization as *Sber*, *Tinkoff Bank*, *VTB* and companies *Yandex*, *Mail Group* and *MTS* were discussed. It makes it possible to draw a conclusion that Russian market of ecosystems is still on the stage of shaping, but it has positive prospects of integrating into digital economy being built.

Keywords: needs, customers, technologies, platform, joint creation of values, network effect, innovation.

Современная экономика характеризуется большими изменениями, обусловленными усилением роли нематериальных активов, необходимостью постоянного внедрения инноваций и ак-

тивной цифровизацией всех процессов. Это формирует новые подходы к организации и ведению бизнеса. Традиционное понятие конкуренции утрачивает свой первоначальный смысл, а соперничество и

сотрудничество из антиподов превращаются во взаимодополняющие явления [2; 9]. Тенденции рынка таковы, что в одиночку трудно достичь лидирующих позиций. Факторы роста требуется искать вовне, объединяя свои усилия с другими участниками рынка для формирования новых способов доставки ценности до потребителей. Одной из форм плодотворного взаимодействия бизнес-организаций выступает экосистема.

Сам термин «экосистема» берет свое начало с 1935 г. и принадлежит английскому ботанику А. Тенсли. Он понимал под экосистемой совокупность элементов окружающей среды и живых организмов, которые взаимодействуют в процессе своего развития, совместно эволюционируют и адаптируются к внешним изменениям. Позднее это понятие из биологии распространилось в другие области знаний, в том числе в экономику и управление. Так, в 1993 г. американский исследователь в области менеджмента Дж. Ф. Мур в своей работе «Хищники и жертвы. Новая экология конкуренции» охарактеризовал бизнес-экосистему как экономическое сообщество, состоящее из различных заинтересованных участников рынка, а именно производителей, поставщиков, конкурентов и потребителей. Экосистема позволяет компаниям объединять свои усилия для разработки и внедрения инноваций, производства и выведения на рынок новых товаров и услуг, удовлетворяющих потребности клиентов. Дж. Ф. Мур подчеркивал, что со временем участники экосистемы коэволюционируют, запуская процесс инновационного развития на новый виток [8].

В современной бизнес-среде развитие экосистем является одним из основных трендов [1; 3]. При этом активное развитие цифровых технологий, повсеместное распространение мобильных устройств и сети Интернет привели к переходу экосистем в режим онлайн [6; 7]. Пандемия коронавируса, бушующая в мире с 2020 г., только усилила процессы цифровой трансформации.

В целом можно выделить несколько предпосылок формирования цифровых экосистем:

- развитие технологий, открывающих новые возможности для взаимодействия с клиентами и изучения их предпочтений;
- изменение природы конкуренции, акцент на взаимовыгодное сотрудничество;
- желание клиентов удовлетворять свои потребности с минимальными временными затратами, не выходя из дома;
- возросшая с учетом глобализационных процессов потребность в объединении географически разрозненных экономических агентов;
- желание клиента получать индивидуальные предложения на основе предоставления своих персональных данных;
- стремление бизнеса увеличить прибыль за счет предложения дополнительных продуктов и услуг (кросс-продажи).

Цифровая экосистема – это цифровое пространство, построенное на базе одной или нескольких цифровых платформ и включающее в себя совокупность сервисов, которые позволяют пользователям (клиентам) удовлетворять разнообразные потребности в рамках реализации единого бесшовного процесса.

Цифровая экосистема может включать в себя множество взаимодействующих организаций, которые не управляются вертикальной иерархической властью. Несмотря на это в каждой экосистеме есть организация-лидер, вокруг которой происходит развитие самой экосистемы. Она владеет цифровой платформой и, соответственно, задает архитектуру и определяет основные параметры – правила взаимодействия участников экосистемы, стандарты, интерфейсы. При этом другие фирмы-участники (акторы) вправе сами выстраивать ценовую политику, ассортимент, уровень сервиса и др.

В центре экосистемы располагается клиент, который хочет получать услуги и осуществлять покупки быстро и в одном месте. Необходимо отметить, что клиента-

ми могут выступать не только физические, но и юридические лица. Организация-лидер пытается максимально удовлетворить растущие потребности клиента в различных сферах жизнедеятельности [4; 5]. В настоящее время это могут быть телекоммуникации, финансовые услуги, образование, туризм, отдых и развлечения, медицина, безопасность, транспорт, недвижимость, продукты питания, одежда, товары для дома, голосовой помощник и многое другое. Если компания не может закрыть потребности клиента самостоятельно, то выстраивается интеграция с партнерами.

Главной отличительной особенностью цифровых экосистем является то, что они за счет платформы объединяют продукты/услуги, создавая дополнительную ценность для участников экосистемы при пользовании сразу несколькими из них с точки зрения удобства и/или финансовой привлекательности. Таким образом, в экосистеме формирование ценности для клиента осуществляется в рамках не отдельных продуктов, а совместного создания

ценности всеми заинтересованными сторонами.

Важным элементом цифровой экосистемы является формирование единого профиля клиента, который обобщает сведения о нем, его покупках и позволяет сделать ему адресное предложение товаров и услуг, а также дает возможность клиенту беспрепятственно перемещаться по различным платформам и сервисам экосистемы. Теперь клиенту больше нет необходимости регистрироваться на каждой платформе с использованием отдельных логинов и паролей, экосистема сама формирует единый сквозной идентификатор клиента, зачастую объединяя все свои сервисы в одном мобильном приложении (*Super App*). Кроме того, цифровые экосистемы могут быть дополнены и офлайн-сервисами, например, предлагая некоторые услуги в офисах продаж.

Рассматривая границы цифровых экосистем, можно условно выделить несколько уровней в зависимости от охвата ее участников (рис. 1).

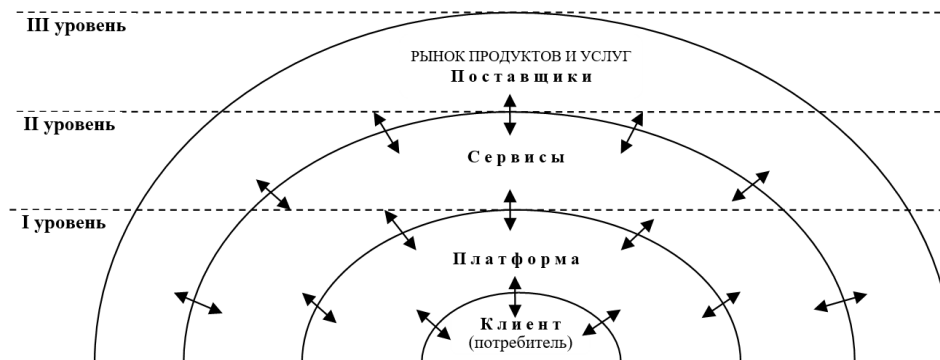


Рис. 1. Структура, границы и основные элементы цифровой экосистемы

Первый уровень включает в себя непосредственно клиентов и цифровую платформу с собственными сервисами, т. е. платформа и сервисы сосредоточены в рамках одной компании – лидера экосистемы. Второй уровень подразумевает добавление к предыдущему сервисов, которые сотрудничают с организацией-лидером (владельцем цифровой платформы), но не принадлежат ей. Третий уровень

включает в себя открытый рынок продуктов и услуг, т. е. поставщиков, которые взаимодействуют с сервисами, входящими во второй уровень. Организации, интегрированные в цифровую экосистему, могут входить и в состав других экосистем или сами являться экосистемами, только более мелкого масштаба.

Взаимодействие всех участников экосистемы осуществляется по принципу *win-*

win, т. е. каждая сторона оказывается в выигрыше. Так, клиент, получая желаемые товары или услуги, приносит организации дополнительную прибыль. Компания же помимо этого получает новую информацию о клиентах и использует ее для оптимизации маркетинговых коммуникаций, увеличения продаж и роста выручки. Партнеры получают трафик и новых клиентов, которые раньше не были им доступны из-за ограниченности каналов сбыта, а также благодаря возможностям Интернета стирают географические барьеры для развития бизнеса.

Ценность экосистемы для ее участников определяется размерами экосистемы. С каждым новым сервисом или его улучшением повышается ценность экосистемы для клиентов, а значит, привлекаются новые пользователи. Это в свою очередь повышает ценность для разработчиков новых сервисов и поставщиков и приводит к включению их в данную экосистему. Так проявляется сетевой эффект, т. е. рост вы-

годы для пользователей экосистемы в связи с увеличением числа участников. Именно сетевой эффект играет ключевую роль в эффективности функционирования данной бизнес-модели. Цифровые экосистемы растут гораздо более быстрыми темпами, в отличие от традиционных организаций, при этом, как правило, требуют значительно меньшего количества инвестиций.

Цифровую платформу можно разделить на несколько основных слоев (рис. 2). Первым слоем, непосредственно взаимодействующим с клиентом, является стек технологий. Говоря простым языком – это множество программ, процедур и правил системы обработки информации. Стек технологий выступает фундаментом, на который ложится аналитический слой – продвинутая аналитика, *big data*, *Behavioral/ Transactional Score*, *ML Models* и т. д. Третий – интеграционный слой, который обеспечивает соединение с платформой различных сервисов, как собственных, так и сторонних.

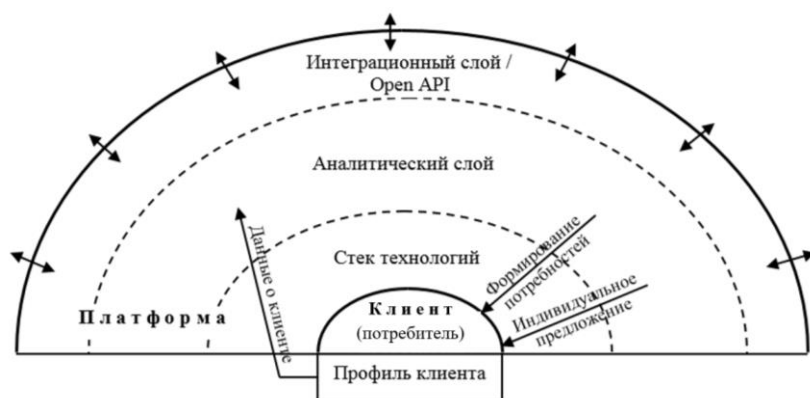


Рис. 2. Схема взаимодействия клиента и платформы

Отдельного внимания заслуживает алгоритм преобразования данных в знания в процессе взаимодействия между клиентом и платформой (рис. 3). Каждый раз, пользуясь платформой, клиент автоматически представляет определенное количество данных о себе. Платформа, используя интеграционные механизмы, посредством стека технологий и различных аналитических инструментов преобразует получен-

ные данные в информацию, структурируя и обобщая их. На основании этого платформа может сделать клиенту индивидуальное предложение, а также сформировать у него потребности, которых раньше не было или о которых он просто до этого не задумывался. В итоге генерируется знание о конкретном клиенте. Принимая это предложение, клиент снова предоставляет платформе новые данные о себе, которые

перерабатываются платформой для формирования нового предложения. Таким образом, процесс повторяется, и каждая

следующая итерация увеличивает объем знаний платформы о клиенте.

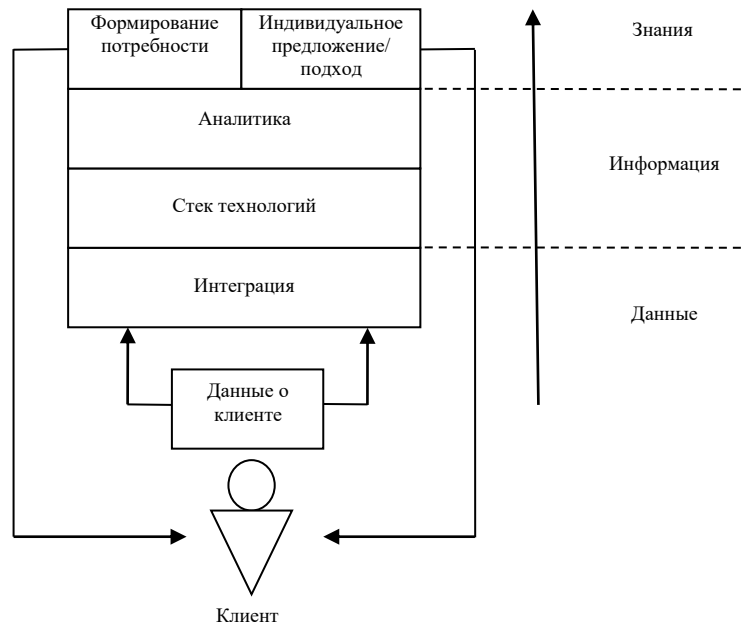


Рис. 3. Алгоритм преобразования данных в знания в процессе взаимодействия клиент – платформа

Как показывает практика, существует несколько подходов к построению организациями цифровых экосистем.

Первый – разработка новых сервисов собственными силами. Для этого у компании уже должен существовать сильный сервис, выстраивающий вокруг себя большой поток клиентов и позволяющий изучить их интересы. Если потребители удовлетворены данными продуктами или услугами, то они могут заинтересоваться и другими предложениями в этой экосистеме. При этом создание новых сервисов требует определенных финансовых вложений и наличия у организации соответствующего уровня знаний. По сути, каждый новый сервис – это новый бизнес, требующий изучения рынка, построения бизнес-процессов, подбора команды, интеграции его в цифровую платформу.

Второй подход является более затратным и подразумевает приобретение других компаний или их долей для интеграции в свою экосистему. Купленная компа-

ния встраивается в цифровую экосистему как новый сервис, получая от экосистемы имеющиеся пользовательские данные и дополняя ее собственными.

Третий подход позволяет обойтись минимальными инвестициями и реализуется путем заключения партнерских соглашений. Этот подход очень похож на предыдущий, но он дает возможность компаниям-партнерам не терять свою самостоятельность и работать в нескольких цифровых экосистемах одновременно.

Удовлетворяя различные потребности клиентов, цифровая экосистема работает в различных рыночных сегментах. Если ее элементы будут работать разрозненно в рамках своих видов деятельности, они не смогут достичь синергетического эффекта. Взаимодействуя, организации работают друг на друга, растут экспоненциально и способствуют общему развитию всей экосистемы.

Функционирование в рамках цифровой экосистемы способствует:

- повышению конкурентоспособности каждого из ее участников;
- проникновению организаций на новые рынки;
- снижению издержек на привлечение новых клиентов;
- повышению лояльности клиентов, росту клиентской базы;
- получению прибыли от непрофильных видов деятельности;
- повышению инвестиционной привлекательности;
- усилению бренда и увеличению стоимости бизнеса.

Мировой опыт показывает, что крупнейшие мировые экосистемы возникли во круг компаний, обладающих большим технологическим потенциалом, колоссальными объемами данных и имеющих широкую клиентскую базу. При этом география цифровых экосистем преимущественно сосредоточена в двух странах – США и Китае. Наиболее яркими примерами являются американские компании *Google*, *Apple*, *Facebook*, *Amazon* (большая четверка – *GAFA*) и китайские *Alibaba*, *Tencent*.

Транснациональная корпорация *Google*, входящая в холдинг *Alphabet*, разрабатывает большое количество интернет-сервисов и продуктов, основным из которых является ее поисковая система. При этом львиную долю прибыли ей приносит сервис контекстной рекламы *Ads*. Общее количество серверов *Google* в центрах обработки данных по всему миру превышает 1 млн, что позволяет ежедневно обрабатывать более миллиарда запросов пользователей. Появление большого числа востребованных онлайн-продуктов и сервисов (*Gmail*, *Google Maps*, *Google Chrome*, *YouTube* и т. д.), а также разработка мобильной операционной системы *Android* (ОС *Android*) привели к бурному росту ее клиентской базы. Входя в экосистему *Google*, ОС *Android* сама также является экосистемой. Причиной ее быстрого захвата рынка операционных систем для мобильных устройств является использование инструмента краудсорсинга, т. е. привлечение интеллектуальных способно-

стей людей, не имеющих отношения к фирме. ОС *Android* имеет открытый код, что позволяет сторонним разработчикам по всему миру, создавая приложения и реализуя их через *Google Play Store* (в России – *Play Market*), участвовать в развитии *Google* и *Android*.

Экосистема *Apple* в значительной степени отличается от *Google* и характеризуется закрытой операционной системой и разработкой специальных сервисов для ее работы. Она объединяет различные устройства (*iPhone*, *iPod*, *iPad*, *MacBook*, *Apple Watch*, *AppleTV* и т. д.), технологии (*AirDrop*), программные продукты и сервисы (*Siri*, *App Store*, *iTunes*, *AppleTV+*) в единое информационное пространство, предназначенное для работы и отдыха. Покупая продукт *Apple*, клиент должен приобрести и дополнения к нему. Компания реализует свою продукцию не только в режиме онлайн, но и имеет сеть розничных магазинов *Apple Store*. За счет инновационных технологий, удобства в использовании и эстетичного дизайна *Apple* превратился в один из самых влиятельных и дорогих брендов мира.

Американская компания *Facebook Inc.* является владелицей крупнейшей в мире одноименной социальной сети. Также ей принадлежат такие сервисы, как *WhatsApp* и *Instagram*. Начиная с 2007 г. компания предложила сторонним разработчикам создавать приложения для данной экосистемы (игры, программы для обмена фотографиями, музыкой и т. д.), давая возможность программистам зарабатывать на этом и привлекать тем самым новых пользователей. Учитывая огромную аудиторию и популярность этой социальной сети, многие бренды используют ее для продвижения своих товаров и услуг.

Компания *Amazon* развивает свою экосистему уже более двух десятилетий. Начиная с 1994 г. с продажи электронных книг, она превратилась в крупнейший онлайн-рынок, на котором только в США продается почти 0,5 млрд продуктов. В настоящее время *Amazon* охватывает более 30 категорий товаров, в том числе детские игрушки,

бытовую электронику, хозяйственные и спортивные товары, продукты и др. При этом компания имеет филиалы в Германии, Великобритании, Китае, Австралии, Японии и других государствах. Экосистема *Amazon* объединяет около 3 млн продавцов, которые обеспечивают почти 60% от всех продаж платформы, остальное приходится на долю самой компании.

В отличие от рассмотренных выше американских цифровых экосистем китайские гиганты *Alibaba* и *Tencent* преимущественно работают на внутреннем рынке, на другие страны приходится относительно небольшая часть их доходов. Основным видом деятельности компании *Alibaba* является интернет-коммерция, которая приносит более 85% всей выручки. Кроме того, она представлена в облачных вычислениях, СМИ, сфере развлечений, а также владеет собственной платежной системой *Alipay*.

Tencent – одна из крупнейших инвестиционных и венчурных холдинговых компаний в мире, а ее дочерние организации занимаются мобильными и онлайн-играми, электронной коммерцией, интернет-рекламой, социальными сетями, облачными базами данных, платежными системами, производством фильмов.

Необходимо отметить, что экосистемы Китая при выходе на зарубежные рынки в первую очередь направлены на реализацию своих национальных интересов, таких как продвижение китайской продукции, поддержка собственных граждан за рубежом и т. д. Однако и американские, и китайские вышеперечисленные компании все больше обращают свой взор на финансовый сектор, несмотря на то, что эти услуги лежат за пределами их основных компетенций. Главная причина этого – комплементарность финансовых услуг к основным видам деятельности, позволяющая клиентам дольше оставаться в пределах данных экосистем. Кроме того, платежи могут выступать в качестве основного источника данных о клиенте.

Если рассматривать российский рынок, то тут флагманами с точки зрения постро-

ения цифровых экосистем выступают как финансовые организации (банки) – «Сбер», АО «Тинькофф Банк», ВТБ, так и технологические компании – «Яндекс», *Mail.ru Group*, «МТС». Так, «Сбер» планомерно развивает свою экосистему, активно приобретая другие сервисы и создавая совместные предприятия во всевозможных сферах, начиная от продуктов питания и заканчивая телемедициной, оставаясь при этом лидером в российской банковской системе. В настоящее время приложением «Сбера» активно пользуется более 70 млн человек ежемесячно.

Главная особенность АО «Тинькофф Банк» заключается в том, что изначально компания создавалась как банк с дистанционным обслуживанием. Позднее к типичным банковским услугам добавились разработанные организацией сервисы для малого и среднего бизнеса, страхования, ипотеки, инвестиций. Кроме этого, банк предоставляет клиентам и лайфстайл-продукты в сфере путешествий (авиа- и ж/д билеты, аренду авто, отели, туры) и развлечений (кино, театры, рестораны, спорт). Все собственные сервисы и сервисы партнеров объединены единым суперприложением.

ВТБ выстраивает свою экосистему на основании партнерских соглашений, реализация которых происходит по следующим направлениям: сервисы ремонта и приобретения недвижимости, объявлений; розничная торговля и электронная коммерция; транспорт; телекоммуникации; технологические компании; индустрия развлечений. Отдельного внимания заслуживает разрабатываемая ВТБ платформа *V-Lot* для покупки клиентами имущества госкомпаний, непрофильных активов банков, лотов земельных торгов и др.

Крупные отечественные технологические компании также не отстают от организаций банковского сектора. Ярким примером выступает «Яндекс», которому благодаря использованию экосистемной модели вполне по силам составлять конкуренцию *Google*. Основные доходы компа-

ния получает от интернет-поиска и маркетинговой деятельности – аналитики и контекстной рекламы. В экосистему «Яндекса» включено большое количество разнообразных сервисов, среди которых можно выделить почту, карты, навигатор, музыку, электронную коммерцию, новости. Компания выступает в качестве инкубатора различных инновационных проектов в сфере цифровых технологий.

Рассматривая ключевые активы *Mail.ru Group*, можно выделить такие крупные экосистемные проекты, как «ВКонтакте», «Одноклассники», «Юла». Отличительной особенностью экосистемы *Mail.ru Group* является создание крупных партнерств, например, со «Сбером» – в области услуг такси и каршеринга («Ситимобил»), совместные проекты по развитию электронной коммерции с *Alibaba Group*.

«МТС», пользуясь большой базой абонентов (80 млн), строит свою экосистему вокруг разнообразных телекоммуникационных сервисов. Кроме того, в нее входит и собственный банк.

Таким образом, становится очевидным, что рынки продуктов и услуг претерпевают серьезные изменения. Традиционные бизнес-модели не выдерживают конкуренции и постепенно начинают уходить в прошлое. Развитие бизнеса теперь происходит не вокруг одного товара, а в рамках целого комплекса, использование которого удовлетворяет широкий спектр потребностей клиента. Основной формой взаимодействия участников рынка в цифровой экономике становятся экосистемы. Исходя из этого для обеспечения жизнестойкости современные организации должны либо создавать свои собственные экосистемы, либо входить в состав уже имеющихся. Цифровые экосистемы становятся важнейшим индикатором развития цифровой экономики. Пока наша страна несколько отстает в этом аспекте от США и Китая, однако, имея хороший научно-технический, технологический и кадровый потенциал, Россия может занять достойное место в активно формирующейся новой экономике.

Список литературы

1. Доценко Е. Ю. Структурная инерция как методологический инструмент исследования структурных сдвигов в экономике // Экономика и управление инновациями. – 2019. – № 1. – С. 4–18.
2. Доценко Е. Ю., Жиронкина О. В., Агафонов Ф. В., Генин А. Е. Роль конвергентных технологий в становлении непрерывного благополучия в неоиндустриальной экономике // Путеводитель предпринимателя. – 2016. – № 32. – С. 65–79.
3. Кукушкин С. Н. Детерминанты бизнес-экосистемы // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2021. – № 3 (117). – С. 76–81.
4. Кукушкин С. Н. Эволюция модели организации в общественно-экономических формациях // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2018. – № 4 (100). – С. 3–18.
5. Кукушкин С. Н., Бойкова И. В. Модели инновационного предприятия // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета. – 2014. – № 5 (85). – С. 48–56.
6. Масленников В. В., Ляндау Ю. В., Калинина И. А. Формирование системы цифрового управления организацией // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2019. – № 6. – С. 116–123.
7. Dokukina A. A., Zarudnaya M. V. Sales Increase via New Approaches to Motivation and Incentive Programs for Retail Staff // Smart Innovation, Systems and Technologies. – 2021. – N 227. – P. 445–456.
8. Moore J. F. Predators and Prey: A New Ecology of Competition // Harvard Business Review. – 1993. – Vol. 71. – N 3. – P. 75–83.

9. Zhironkin S., Demchenko S. K., Kayachev G. F., Taran E. A., Zhironkina O. V. Convergent and Nature-Like Technologies as the Basis for Sustainable Development in the 21st Century // E3S Web of Conferences. – Kemerovo, 2019. – P. 03008.

References

1. Dotsenko E. Yu. Strukturnaya inertsia kak metodologicheskii instrument issledovaniya strukturnykh sdvigo v ekonomike [Structural Inertia as Methodological Tool of Researching structural Shifts in Economy]. *Ekonomika i upravlenie innovatsiyami* [Economics and Innovation Management], 2019, No. 1, pp. 4–18. (In Russ.).
2. Dotsenko E. Yu., Zhironkina O. V., Agafonov F. V., Genin A. E. Rol konvergentnykh tekhnologiy v stanovlenii nepreryvnogo blagopoluchiya v neoindustrialnoy ekonomike [The Role of Convergent Technologies in Reaching Continuous Wellbeing in Neo-Industrial Economy]. *Putevoditel predprinimatel'ya* [Entrepreneur Guidebook], 2016, No. 32, pp. 65–79. (In Russ.).
3. Kukushkin S. N. Determinanty biznes-ekosistemy [Determinants of Ecosystem]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2021, No. 3 (117), pp. 76–81. (In Russ.).
4. Kukushkin S. N. Evolyutsiya modeli organizatsii v obshchestvenno-ekonomicheskikh formatsiyakh [Evolution of Organization Model in Public-Economic Structures]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2018, No. 4 (100), pp. 3–18. (In Russ.).
5. Kukushkin S. N., Boykova I. V. Modeli innovatsionnogo predpriyatiya [Models of the Innovation Enterprise]. *Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo torgovo-ekonomicheskogo universiteta* [Bulletin of the Russian State Trade and Economics University], 2014, No. 5 (85), pp. 48–56. (In Russ.).
6. Maslennikov V. V., Lyandau Yu. V., Kalinina I. A. Formirovanie sistemy tsifrovogo upravleniya organizatsiy [Developing System of Organization Digital Managing]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2019, No. 6, pp. 116–123. (In Russ.).
7. Dokukina A. A., Zarudnaya M. V. Sales Increase via New Approaches to Motivation and Incentive Programs for Retail Staff. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 2021, No. 227, pp. 445–456.
8. Moore J. F. Predators and Prey: A New Ecology of Competition. *Harvard Business Review*, 1993, Vol. 71, No. 3, pp. 75–83.
9. Zhironkin S., Demchenko S. K., Kayachev G. F., Taran E. A., Zhironkina O. V. Convergent and Nature-Like Technologies as the Basis for Sustainable Development in the 21st Century. *E3S Web of Conferences*. Kemerovo, 2019, p. 03008.

Сведения об авторе

Олег Евгеньевич Каленов

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики
промышленности РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,
Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: oekalenov@yandex.ru

Information about the author

Oleg E. Kalenov

PhD, Assistant Professor of the Department
for Industrial Economics
of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: oekalenov@yandex.ru

ПОСТРОЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ОСНОВЕ ОПТИМИЗАЦИИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ЕЕ КОНТРАГЕНТОВ

О. Л. Лукашева, Н. Е. Новикова, В. А. Мельников

Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Смоленск, Россия

А. А. Степанов

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Эффективность деятельности любой организации и ее финансовая состоятельность во многом определяются политикой управления дебиторской задолженностью и ее результативностью. Это связано с тем, что обязательства дебиторов в среднем на 30–40% формируют текущие активы компании. Для поддержания ликвидности и платежеспособности руководство организаций не должно допускать чрезмерной иммобилизации собственных оборотных средств и замораживания их в виде непогашенных обязательств контрагентов. В то же время совсем минимизировать дебиторскую задолженность в современных условиях функционирования корпораций не представляется возможным. Главная причина возникновения дебиторской задолженности – это высокая конкуренция на рынке продуктов и услуг, под действием которой компании предлагают своим клиентам различные условия осуществления расчетов по договорам. Данная практика приводит к возникновению кассового разрыва и может негативно отразиться на финансовой состоятельности компании, а следовательно, требует применения различных инструментов, позволяющих обеспечить своевременное погашение обязательств ее контрагентов. В статье обосновано, что только комплексное, системное применение различных способов оптимизации дебиторской задолженности позволит достичь результата и повысить эффективность работы организации. Действенный контроль состояния дебиторской задолженности возможен при построении системы, позволяющей оперативно получать актуальную информацию и своевременно производить инкассацию задолженности, не подвергая компанию рискам, так как ее чрезмерная величина и низкое качество ставят под угрозу рентабельность и платежеспособность организации.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, система управления, эффективность деятельности, обязательства, расчеты.

DEVELOPING THE EFFICIENT SYSTEM OF ORGANIZATION GOVERNANCE BASED ON OPTIMIZATION OF ITS COUNTERPART LIABILITIES

Olga L. Lukasheva, Natalya E. Novikova, Valery A. Melnikov

Smolensk branch of the Plekhanov Russian University of Economics,
Smolensk, Russia

Alexey A. Stepanov

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

The efficiency of any organization work and its financial wellbeing depend mainly on policy of managing debt receivable and its results. It is explained by the fact that debtor liabilities form the current company assets by 30–40% on average. To provide liquidity and solvency organization top management shall not allow the excessive immobilization of own working capital and its freezing in the form of non-repaid counterpart liabilities. At the same time to minimize debt receivable in current condition of company functioning is not possible. The principle cause of

debt receivable rise is high competition on food and service market, due to which companies offer to their clients different conditions of settlement by contracts. This practice results in cash deficiency and can have a negative impact on finance standing of the company, which requires using different tools that could provide the timely repay of liabilities by counterparts. The article substantiates that only complex and systematic application of different methods of debt receivable optimization can give an opportunity to reach the result and raise efficiency of organization work. The effective control over debt receivable is possible, if the system is built that allows to get operative information and encashment of indebtedness without exposing the company to risks, as its excessive amount and low quality threaten profitability and solvency of the organization.

Keywords: debt receivable, management system, efficiency of work, liabilities, settlements.

Построение эффективной системы управления организацией невозможно без внедрения в нее механизма, посредством которого осуществляются взаимоотношения с покупателями и заказчиками, касающиеся погашения их обязательств по заключенным договорам. В современном мире кредитные отношения между продавцом и покупателем весьма распространены, поэтому наличие в деятельности организаций различных организационно-правовых форм и отраслевой принадлежности дебиторской задолженности не является чем-то неожиданным. Во многих организациях обязательства дебиторов в среднем на 30–40% формируют текущие активы. Поэтому для поддержания ликвидности и платежеспособности руководство компаний не должно допускать чрезмерной иммобилизации собственных оборотных средств и замораживания их в виде непогашенных обязательств контрагентов. В то же время совсем минимизировать дебиторскую задолженность в современных условиях функционирования корпораций не представляется возможным. Главная причина возникновения дебиторской задолженности – это высокая конкуренция на рынке продуктов и услуг, под действием которой компании предлагают своим клиентам различные варианты оплаты по договорам.

Традиционно под дебиторской задолженностью понимаются не погашенные покупателями в срок суммы, причитающиеся им по договорам на поставку продукции, выполнение работ и оказание услуг. Задолженность также формируется по причине несвоевременного выполнения обязательств по договору займа и в ре-

зультате взаимоотношений с работниками организации при выдаче им денежных средств под отчет.

Понятие «дебиторская задолженность» применяется во многих сферах деятельности и рассматривается в зависимости от конкретных целей и задач ее изучения. С точки зрения права дебиторская задолженность представляет собой выраженные в стоимостной форме долги юридических и физических лиц перед компанией, которые возникают на основе заключенных между ними договорных отношений. С позиции бухгалтерского учета задолженность контрагентов, являясь фактом хозяйственной жизни организации, должна быть правильно и своевременно отражена на счетах бухгалтерского учета, в первичной документации и финансовой отчетности. В экономическом подходе при изучении дебиторской задолженности делается основной упор на анализ ее величины, динамики, причин возникновения. При этом задолженность дебиторов рассматривается в первую очередь как элемент оборотных активов компании, которые участвуют в формировании ее оборотного капитала, обслуживают текущую деятельность и существенно влияют на финансовые показатели организации, ее ликвидность, платежеспособность и финансовую устойчивость. Данный подход к изучению дебиторской задолженности является ключевым с точки зрения принятия решений в области финансового управления, так как эффективность деятельности любой организации и ее финансовая состоятельность во многом определяются политикой управления дебиторской задолженностью и ее результативностью.

Выстроить в организации эффективную систему управления дебиторской задолженностью невозможно без знания правовых основ ее регулирования. В Российской Федерации бухгалтерский, налоговый и управленческий учет обязательств дебиторов, а также возможные действия руководства компаний по управлению дебиторской задолженностью и оптимизации ее величины регулируются системой нормативных документов, утвержденных на четырех уровнях – законодательном, норма-

тивном, методическом и организационном.

Для корректного ведения системы бухгалтерского и налогового учета обязательств дебиторов в организации и правильного формирования форм финансовой отчетности необходимо неукоснительно соблюдать требования, которые закреплены в федеральном законодательстве, а также в положениях по бухгалтерскому учету, регулирующих взаимоотношения с дебиторами (рис. 1).

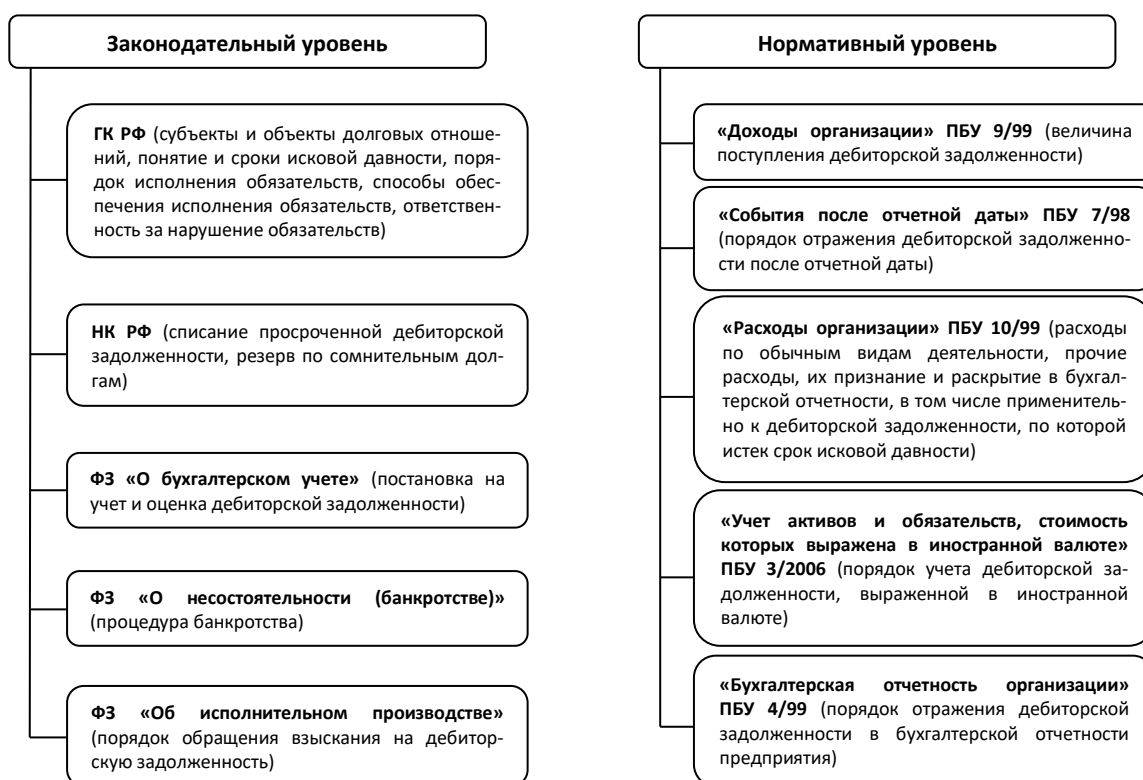


Рис. 1. Законы и нормативные акты, регулирующие учет и отношения в сфере управления дебиторской задолженностью в России

Понятие дебиторской задолженности закреплено в Гражданском и Налоговом кодексах РФ; ее виды, порядок отражения и учета на счетах описываются в Федеральном законе от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», а также в соответствующих положениях по бухгалтерскому учету. Следует отметить, что в России применяются также международные стандарты бухгалтерского учета, которые имеют некоторые особенности, ка-

сающиеся трактовки понятия «дебиторская задолженность» и отнесения к ней различных обязательств. Кроме того, существуют нормативные акты, которые описывают возможные процедуры взыскания дебиторской задолженности и схемы взаимоотношения с должниками в случае инициирования ими или в отношении них процедуры банкротства.

Для налаживания эффективной системы управления дебиторской задолженно-

стью руководство организации должно учитывать также положения, закрепленные в различных инструкциях и методиче-

ских рекомендациях, касающихся вопросов отражения дебиторской задолженности в бухгалтерском учете (рис. 2).

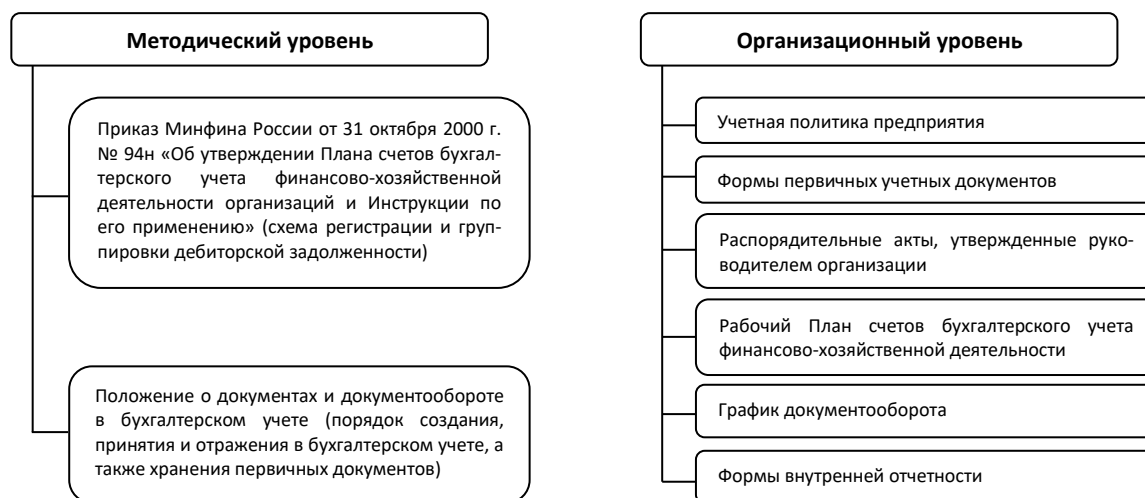


Рис. 2. Методический и организационный уровни правового регулирования обязательств дебиторов в Российской Федерации

Опираясь на перечисленные выше правовые акты, руководство каждой организации разрабатывает целый ряд документов, которые на уровне хозяйствующего субъекта (на организационном уровне) определяют содержание учетной политики, формы документов первичного учета, перечень счетов, график документооборота и т. п. В частности, руководству организации следует определиться с тем, насколько детально в учете будет осуществляться отражение дебиторской задолженности ее контрагентов, будет ли предусмотрено создание резерва по сомнительным долгам, а также рассмотреть варианты ее списания в случае непогашения в срок. Создавая систему управления дебиторской задолженностью, руководству организации при принятии решений следует также учитывать условия взаимоотношений с потенциальными дебиторами в лице покупателей и поставщиков, которые возникают исходя из заключаемых ими договоров.

Таким образом, дебиторская задолженность возникает в процессе жизнедеятельности организации, а ее объем зависит от денежной величины обязательств перед ней различных физических или юридиче-

ских лиц. Последствиями задержек погашения должниками своих обязательств являются сокращение выручки организации, увеличение ее потребности в оборотных средствах для финансирования текущей деятельности и покрытия кредиторской задолженности, что в свою очередь подрывает финансовое состояние организации.

Очевидно, что дебиторская задолженность – это часть оборотного капитала организации, которая выражается в денежных средствах, причитающихся, но еще не полученных от других предприятий, фирм, граждан, являющихся ее должниками. Предпосылками формирования дебиторской задолженности является целый комплекс макро- и микроэкономических факторов, в числе которых можно выделить игнорирование организациями договорных обязательств в правовом аспекте, которое выражается в низкой платежной дисциплине; резкий инфляционный рост цен; изменение денежно-кредитной политики, что отражается на функционировании банковской системы, и многие другие.

Сегодня трудно найти коммерческую организацию, которая осуществляет деятельность без образования в составе своих

текущих активов дебиторской задолженности и не имеет в составе своих пассивов кредиторской задолженности. Факт наличия дебиторской задолженности вполне

объясним и уместен, если не превышает разумных пределов и не приводит к возникновению безнадежных долгов (рис. 3).



Рис. 3. Классификация обязательств дебиторов по срокам и реальности погашения

Объективной причиной появления дебиторской задолженности является возможность для должника увеличить свой оборотный капитал на короткий промежуток времени, не прибегая к платному банковскому кредиту. Кроме того, предоставляя покупателям и заказчикам возможность осуществить расчет по договору через определенный промежуток времени, а не сразу в момент его исполнения, организация-продавец получает конкурентное преимущество и потенциальную возможность расширить свой рынок сбыта.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что возникновение краткосрочной дебиторской задолженности в определенной ситуации выгодно обеим сторонам договорных отношений. При этом она образуется, когда наблюдается разрыв во времени момента оплаты товаров (работ, услуг) и перехода права собственности на них между контрагентами договорных отношений. Практика применения руководством организаций коммерческих кредитов при совершении сделок должна быть обдумана и подкреплена расчетами их экономической эффективности. Кроме того, все операции по возникновению и погашению дебиторской задолженности в результате применения ин-

струмента расчетов в форме отсрочки платежа должны в полной мере быть отражены в бухгалтерском учете и финансовой отчетности организации.

При принятии управленческих решений, касающихся оптимизации величины дебиторской задолженности, важно оценивать ее с точки зрения сроков погашения. Задолженность дебиторов может быть нормальной, если сроки оплаты соблюдены (не просрочены) покупателем, и просроченной. Естественно, с точки зрения совершенствования процесса управления обязательствами дебиторов наибольший интерес представляет просроченная задолженность, так как она возникает в случае нарушения договорных отношений с контрагентами.

Просроченная дебиторская задолженность в процессе ее изучения подлежит оценке с позиции реальности ее погашения в будущем и разделения на сомнительную и безнадежную. В соответствии с пунктом 1 статьи 266 Налогового кодекса Российской Федерации (НК РФ), «сомнительным долгом признается любая задолженность перед налогоплательщиком, возникшая в связи с реализацией товаров, выполнением работ, оказанием услуг, в случае, если эта задолженность не погашена в

сроки, установленные договором, и не обеспечена залогом, поручительством, банковской гарантией».

К сожалению, довольно часто руководство организаций сталкивается с задолженностью дебиторов, которая впоследствии признается безнадежной. Отнесение обязательств дебиторов к безнадежным долгам происходит в случае выполнения хотя бы одного условия из представленных ниже:

1) если срок исковой давности по долговому обязательству истек и его невозможно истребовать в судебном порядке. Как правило, в российской практике срок исковой давности составляет три года, однако в отдельных случаях он может быть уменьшен до одного года или двух лет;

2) в случае окончания исполнительного производства в отношении должника не по причине погашения задолженности, а по иным причинам, например, отсутствия возможности у судебного пристава найти дебитора;

3) в случае, если юридическое лицо, являющееся дебитором, было ликвидировано;

4) в случае прекращения обязательств должника перед кредитором по определенным причинам.

В практике управления дебиторской задолженностью существует возможность прерывания сторонами срока исковой давности по имеющейся просроченной задолженности в том случае, если должник признал свои обязательства в какой-либо форме и объявил о готовности полностью или частично рассчитаться по долгам. При этом возможно подписание акта сверки дебиторской задолженности и изменение условий договора в отношении сроков погашения обязательств.

В редких случаях срок исковой давности может быть приостановлен и возобновлен (продолжен) после устранения причин, которые привели к его заморозке. Это должны быть довольно весомые причины, например, невозможность исполнить обя-

зательства по причине форс-мажорных обстоятельств, стихийного бедствия и т. п.

Следует отметить, что безнадежные долги могут возникать не только в случае невыполнения договорных обязательств между контрагентами в отношении расчетов за товары, работы и услуги, но и в случае использования авансовой системы расчетов, выдачи ссуд, а также уступки прав требований по различным операциям и договорам.

Доходы организации напрямую связаны с уровнем эффективности управления ее дебиторской задолженностью, ответственностью ее экономической политики в отношении проблемных покупателей, а также способностью решать проблемы взыскания задолженности и сокращения безнадежных долгов.

Под управлением дебиторской задолженностью понимают контроль за оборотом денежных средств при расчетах. Для его обеспечения важен подбор платежеспособных покупателей, а также определение условий и сроков оплаты товаров, которые предусмотрены договорами. В целом руководству организации для построения системы управления дебиторской задолженностью, которая позволила бы проводить эффективный мониторинг и контроль, а также оптимизировать обязательства ее контрагентов, необходимо выработать определенную политику в данной области и отразить в ней ключевые показатели, индикаторы и процедуры, описывающие взаимоотношения с дебиторами.

Формирование политики в отношении дебиторов следует осуществлять комплексно и системно, опираясь на следующие этапы, представленные на рис. 4.

Предшествовать разработке политики в области оптимизации задолженности ее контрагентов должен ретроспективный анализ обязательств дебиторов, который позволяет оценить эффективность существующей системы взаимоотношений с должниками и выявить ее слабые стороны. Далее руководству организации предстоит решить вопросы, составляющие принципы

кредитной политики. Оно может придерживаться агрессивного или консервативного типа кредитной политики, активно или ограниченно используя коммерческий кредит, а следовательно, подвергая организацию высокому или низкому уровню кредитного риска. Целесообразно приме-

нение умеренного типа кредитной политики, который предполагает разумное использование такого инструмента, как отсрочки платежа, и не приводит к значительному росту дебиторской задолженности в перспективе.

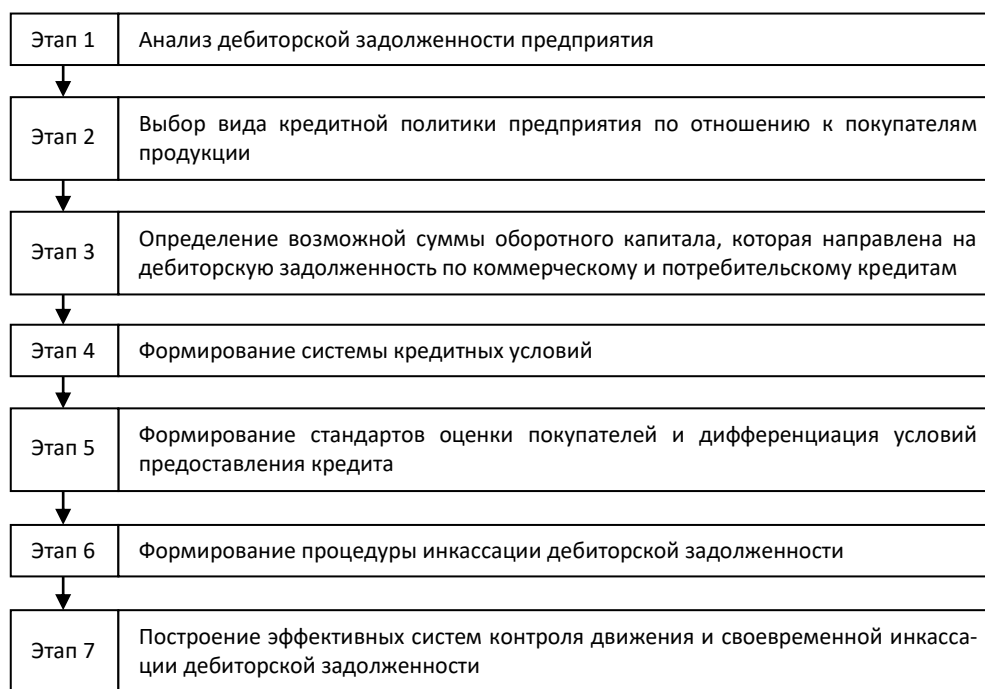


Рис. 4. Система формирования политики организации в отношении должников

На следующем этапе руководство организации должно оценить сумму оборотного капитала, которая может, не отражаясь негативно на финансовых показателях деятельности, быть воплощена в форме дебиторской задолженности. При этом необходимо определить условия выдачи кредита по срокам и требования к покупателям для возможности получения ими коммерческого кредита.

Создавая систему управления дебиторской задолженностью, руководству организации не стоит забывать и о выработке механизма инкассации просроченных долгов в случае их появления, а для недопущения возникновения безнадежных долгов следует уделить внимание налаживанию эффективной системы контроля и мониторинга.

В российской практике в качестве инструмента, минимизирующего риски непогашения дебиторской задолженности контрагентами, используется резерв по сомнительным долгам. Руководство организации может использовать данный инструмент по своему желанию, прописав это в учетной политике. Величина создаваемого для данных целей резерва ограничена 10% от размера годовой выручки. Использование резерва по сомнительным долгам дает возможность варьировать налоговой базой для исчисления налога на прибыль. Создавая резерв, руководство организации увеличивает прочие расходы и тем самым, экономя на налогах, получает дополнительные средства для обеспечения своей текущей деятельности, а также хеджирует риски возникновения неуплаты по сомнительным долгам.

Колебание величины дебиторской задолженности в динамике оказывает существенное влияние на текущую деятельность организации, причем как ее значительный рост, так и снижение могут быть одинаково негативными. Нарастание долгов контрагентов приводит к сокращению ликвидных оборотных средств и вызывает потребность в дополнительных ресурсах для обеспечения платежеспособности. Резкое сокращение размера обязательств дебиторов по причине изменения кредитной политики в отношении покупателей, пользующихся коммерческим кредитом, может спровоцировать падение объемов продаж, а следовательно, и доходов организации в перспективе. Это указывает на необходимость формирования сбалансированной политики организации в отношении своих дебиторов [3].

Одной из главных задач любой организации в рамках поиска путей повышения

результативности своей деятельности и укрепления платежеспособности является разработка эффективной политики взаимоотношения со своими дебиторами. Это связано с тем, что своевременное выполнение должниками обязательств, предусмотренных в договоре, не подвергает компанию риску снижения ее платежеспособности, позволяет спрогнозировать поступление денежных средств и в свою очередь своевременно рассчитаться по своим обязательствам, погасив кредиторскую задолженность или оплатив выставленные счета без возникновения кассового разрыва. Как отмечалось ранее, инструментов и способов обеспечения своевременной инкассации дебиторской задолженности, которые используются в практике финансового менеджмента, довольно много. Самые распространенные из них представлены на рис. 5.

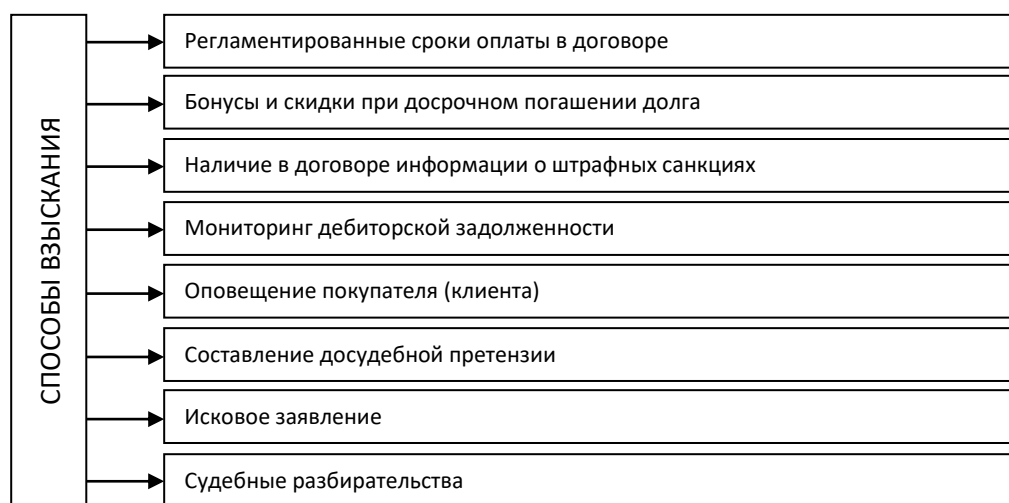


Рис. 5. Способы обеспечения погашения дебиторской задолженности

Наиболее распространены те способы обеспечения погашения дебиторской задолженности, которые опираются на стимулирование и мотивирование должника осуществить уплату дебиторской задолженности в установленные сроки. Они основаны на отражении в договоре поставки продукции, выполнения работ, оказания услуг четких критериев оплаты и различных штрафных санкций при нарушении

сроков платежа. Так, например, на рис. 6 приведены выдержки из договоров российской транспортной компании ООО «Стронг Лайн» со своими заказчиками, которые отражают кредитную политику организации и подходы, используемые ее руководством к построению системы отношений с дебиторами. В каждом договоре ООО «Стронг Лайн» с заказчиками применяется дифференцированный подход к

определению срока платежа. Это связано в первую очередь со сферой деятельности компании. Транспортные перевозки осуществляются на разные расстояния, что оказывает влияние и на сроки. В среднем отсрочка платежа предоставляется на один

месяц, что вполне достаточно для оприходования документов обеими сторонами и совершения платежа и снижает риск образования чрезмерной дебиторской задолженности.



Рис. 6. Выдержки из договоров ООО «Стронг Лайн» с контрагентами в отношении условий оплаты

Довольно эффективным и широко используемым механизмом обеспечения своевременной оплаты дебиторской задолженности является использование системы мониторинга обязательств и уведомления дебиторов о скором наступлении даты платежа. Для упрощения данной задачи в современных организациях применяются различные программные про-

дукты, например, «1С:Бухгалтерия». Это позволяет более детально изучить клиентов и сроки наступления дебиторской задолженности, а также контролировать объемы просроченной задолженности.

Взыскание задолженности дебиторов может проходить в досудебном и судебном порядке. Процесс взыскания долгов на каждом этапе отражен на рис. 7.

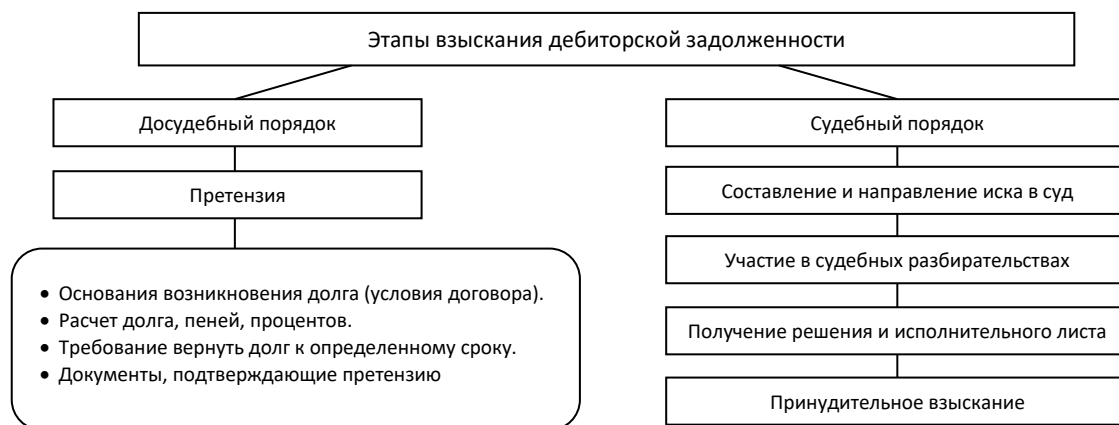


Рис. 7. Этапы взыскания дебиторской задолженности

Процесс взыскания долгов контрагентов начинается с написания претензии и направления ее дебиторам. К претензии прикладываются документы-основания, подтверждающие обоснованность выдвигаемых в ней требований. Если претензия, предъявленная должнику в досудебном порядке, не была удовлетворена дебито-

ром, то взыскание задолженности может быть продолжено в судебном порядке. В этом случае осуществляется подача искового заявления в суд.

Для того чтобы не допускать судебного порядка взыскания дебиторской задолженности, который является довольно затратным с точки зрения времени и

средств, необходимо сформировать эффективную систему оценки потенциального дебитора, выделить критерии, которые позволят объективно охарактеризовать его финансовую состоятельность, платежеспособность и отсеять ненадежных контрагентов, которые с большой долей вероятности не исполнят свои обязательства в установленные договором сроки.

Следует упомянуть еще один способ инкассации дебиторской задолженности – факторинг. Данный механизм несет в себе большое количество условий и ограничений, поэтому нечасто используется организациями в практике управления дебиторской задолженностью в нашей стране.

Таким образом, для эффективного управления дебиторской задолженностью необходимо использовать различные механизмы ее взыскания и правильно их сочетать. Только лишь юридически грамотно составленного договора не всегда бывает достаточно для обеспечения своевременной оплаты договорных обязательств по нему. В то же время частое использование судебного рычага не способствует разви-

тию положительной репутации компании и в перспективе может привести к потере клиентов. Комплексное, системное применение описанных выше способов оптимизации дебиторской задолженности позволит достичь результата и повысить эффективность работы организации [2].

Очевидно, что важными составляющими, определяющими финансовую устойчивость компании, являются объем и качество дебиторской задолженности. Эффективный контроль ее состояния возможен при построении системы, позволяющей оперативно получать актуальную информацию, а следовательно, своевременно производить инкассацию задолженности, не подвергая компанию рискам, так как ее чрезмерная величина и низкое качество ставят под угрозу рентабельность и платежеспособность организации. Поэтому эффективность деятельности любой организации и ее финансовая состоятельность во многом определяются политикой управления дебиторской задолженностью и ее результативностью.

Список литературы

1. Казакова Н. А., Хлевная Е. А. Моделирование финансовых потоков в холдингах // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2016. – № 3 (87). – С. 45–56.
2. Леонтьева Л. С., Чурашкина А. В. Сущность и особенности стратегического развития предпринимательских структур // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2019. – № 3 (105). – С. 103–113.
3. Тихомиров Е. А. Анализ операционной устойчивости организации // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2020. – Т. 17. – № 5 (113). – С. 143–148.
4. Gagarina G. Yu., Goloshchapova L. V., Fateeva O. V., Putilina I. N., Dzhamay E. V. Financial Resources of the Enterprise: Formation and Distribution // International Journal of Applied Business and Economic Research. – 2017. – Vol. 15. – N 23. – P. 453–461.

References

1. Kazakova N. A., Khlevnaya E. A. Modelirovanie finansovykh potokov v kholdingakh [Modeling Finance Flows in Holding Companies]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2016, No. 3 (87), pp. 45–56. (In Russ.).
2. Leonteva L. S., Churashkina A. V. Sushchnost i osobennosti strategicheskogo razvitiya predprinimatelskikh struktur [The Essence and Specific Features of Entrepreneurial Structures'

Strategic Development]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2019, No. 3 (105), pp. 103–113. (In Russ.).

3. Tikhomirov E. A. Analiz operatsionnoy ustoychivosti organizatsii [Analyzing Operational Sustainability of Organization]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2020, Vol. 17, No. 5 (113), pp. 143–148. (In Russ.).

4. Gagarina G. Yu., Goloshchapova L. V., Fateeva O. V., Putilina I. N., Dzhamay E. V. Financial Resources of the Enterprise: Formation and Distribution. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 2017, Vol. 15, No. 23, pp. 453–461.

Сведения об авторах

Ольга Леонидовна Лукашева

кандидат экономических наук, доцент,
заведующая кафедрой экономики
и торгового дела Смоленского филиала
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: Смоленский филиал ФГБОУ ВО
«Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова», 214030, Смоленск,
ул. Нормандия-Неман, д. 21.
E-mail: zharova-olga-21@yandex.ru

Наталья Ефимовна Новикова

кандидат экономических наук, доцент
кафедры экономики и торгового дела
Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: Смоленский филиал ФГБОУ ВО
«Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова», 214030, Смоленск,
ул. Нормандия-Неман, д. 21.
E-mail: novikovane2013@yandex.ru

Валерий Анатольевич Мельников

кандидат философских наук, директор
Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: Смоленский филиал ФГБОУ ВО
«Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова», 214030, Смоленск,
ул. Нормандия-Неман, д. 21.
E-mail: melnikov.va@rea.ru

Алексей Алексеевич Степанов

кандидат экономических наук, доцент
базовой кафедры Торгово-промышленной
палаты РФ «Развитие человеческого капитала»
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,
Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Stepanov.AA@rea.ru

Information about the authors

Olga L. Lukasheva

PhD, Assistant Professor,
Head of the Department for Economics
and Trade Affairs of the Smolensk branch
of the PRUE.

Address: Smolensk branch of the Plekhanov
Russian University of Economics,
21 Normandy-Neman Str., Smolensk,
214030, Russian Federation.
E-mail: zharova-olga-21@yandex.ru

Natalya E. Novikova

PhD, Assistant Professor of the Department
for Economics and Trade Affairs
of the Smolensk branch of the PRUE.

Address: Smolensk branch of the Plekhanov
Russian University of Economics,
21 Normandy-Neman Str., Smolensk,
214030, Russian Federation.
E-mail: novikovane2013@yandex.ru

Valery A. Melnikov

PhD, Head of the Smolensk branch
of the PRUE.

Address: Smolensk branch of the Plekhanov
Russian University of Economics,
21 Normandy-Neman Str., Smolensk,
214030, Russian Federation.
E-mail: melnikov.va@rea.ru

Alexey A. Stepanov

PhD, Assistant Professor of the Basic Chair
of Chamber of Commerce of Russia
"Development of Human Capital"
of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: Stepanov.AA@rea.ru



ПРОДВИЖЕНИЕ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ГРАЖДАНСКОГО И ДВОЙНОГО НАЗНАЧЕНИЯ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С. А. Швецов, Т. Н. Егорушкина

Тульский филиал Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Тула, Россия

М. П. Калинин

Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова, Архангельск, Россия

В статье рассмотрены особенности, проблемы и опыт продвижения высокотехнологичной продукции гражданского и двойного назначения субъектов (в том числе предприятий) оборонно-промышленного комплекса России и на этой основе даны рекомендации, способствующие повышению эффективности данного направления. Установлена специфика продвижения высокотехнологичной продукции гражданского и двойного назначения, проанализированы основные инструменты маркетинговых коммуникаций, используемые в практике продвижения с учетом специфических характеристик как целевого рынка сбыта, так и самой продукции. Разработана стратегия продвижения гражданской продукции ПО «Туламашзавод» и проведена оценка ее эффективности. На основе анализа эмпирического материала авторами предложены направления, реализация которых будет способствовать повышению экономической и коммуникативной эффективности продвижения высокотехнологичной продукции гражданского и двойного назначения для отечественных предприятий оборонно-промышленного комплекса.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, предприятия, продвижение, высокотехнологичная продукция гражданского и двойного назначения.

PROMOTION OF HIGHLY-TECHNOLOGICAL PRODUCTS OF CIVIL AND DOUBLE PURPOSE OF THE DEFENSE AND INDUSTRIAL COMPLEX OF RUSSIA: CHALLENGES, EFFICIENCY AND PROSPECTS

Sergey A. Shvetsov, Tatiana N. Yegorushkina

Tula branch of the Plekhanov Russian University of Economics,
Tula, Russia

Maksim P. Kalinichenko

Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov,
Arkhangelsk, Russia

The article describes characteristics, problems and experience of promoting highly-technological products of civil and double purpose at entities (including enterprises) of the defense and industrial complex of Russia and provides recommendations aimed at increasing efficiency of this trend. The authors identify specific features of promoting highly-technological products of civil and double purpose, analyze key tools of marketing communications used in

promotion with due regard to specificities of the target market and products. Promotion strategy for civil products of 'Tulmashzavod' was worked out and its efficiency was estimated. By analyzing the empiric material the authors put forward the trends whose development could foster improvement of economic and communication efficiency of promoting highly-technological products of civil and double purpose at home enterprises of the defense and industrial complex.

Keywords: defense and industrial complex, enterprises, promotion, highly-technological products of civil and double purpose.

Оборонно-промышленный комплекс (ОПК) России – наиболее высокотехнологичная отрасль промышленности, выполняющая важную функцию по обеспечению безопасности государства и его обороноспособности. По состоянию на конец 2020 г. в состав ОПК входит более 1 200 организаций, основное предназначение которых – оснащение Вооруженных сил Российской Федерации самыми современными и перспективными образцами вооружения, военной и специальной техникой; выполнение государственного оборонного заказа и государственных программ в области развития ОПК. По данным Министерства обороны Российской Федерации, на конец 2020 г. уровень современности в вооруженных силах составлял 70,1%, а к концу 2024 г. этот показатель должен быть доведен до 75,9%, что будет отвечать критериальным значениям стратегических ключевых параметров и качественных характеристик состояния Вооруженных сил Российской Федерации. Естественно, достижение запланированных показателей может привести к сокращению гособоронзаказа и предприятия ОПК будут вынуждены пойти по пути постепенного увеличения выпуска высокотехнологичной продукции гражданского и двойного назначения (ВПГДН).

Наши теоретические обобщения определений понятия «высокотехнологичная продукция» [3; 5; 6; 10] позволяют установить наиболее часто используемые признаки для ее характеристики: наукоемкость, инновационность, высокотехнологичность, рыночная новизна. Чаще всего понятие «высокотехнологичный продукт» сводят к признаку «наукоемкость» [1]. Мы разделяем позицию тех авторов, которые считают, что понятие «высокотехнологич-

ный» недопустимо сводить только к наукоемкости, так как высокотехнологичность – это параметр технической сложности продукции, а наукоемкость отражает «пропорцию между научно-технической деятельностью и производством» [7].

Следует отметить, что и на законодательном уровне как таковое понятие «высокотехнологичная продукция» в настоящее время также не урегулировано, а установлены в соответствии с частью 4 статьи 4 Федерального закона № 223 «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» критерии отнесения продукции к инновационной или высокотехнологичной, а также перечень такой продукции, которая определяется федеральными органами исполнительной власти. Такие критерии и перечни утвердили следующие профильные министерства России: промышленности и торговли; энергетики; науки и высшего образования; здравоохранения и др.

Так, Приказом Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 17 февраля 2020 г. № 521 «Об утверждении критериев отнесения товаров, работ и услуг к инновационной продукции и (или) высокотехнологичной продукции для целей формирования плана закупки такой продукции...» предусмотрен критерий причисления продукции к высокотехнологичной – использование при изготовлении товара сложных технологий. В основе указанного критерия лежат следующие признаки: соответствие применяемых технологий и техники приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники; наукоемкость отраслей; производство с использованием новейших образцов технологического оборудования, технологических процессов и

технологий; привлечение высококвалифицированного персонала для производства готовой продукции. Кроме того, в качестве критерия причисления продукции к высокотехнологичной выступает экономическая эффективность ее применения, которая характеризуется тем, что прогнозируемая совокупная стоимость владения продукцией (затраты на покупку и эксплуатацию) в предполагаемом периоде будет существенно ниже совокупной ранее применяемой стоимости; использование продукции обеспечит сокращение затрат на получение целевого эффекта относительно затрат на получение этого эффекта без применения этой продукции.

Таким образом, под высокотехнологичной продукцией будем понимать технически сложную продукцию, для которой характерны использование при ее создании и эксплуатации результатов не только прикладных, но и фундаментальных научных исследований; значительные объемы инвестиций в научные исследования и опытно-конструкторские разработки; уникальность, т. е. продукт или совершенно новый для рынка, или является более совершенной модификацией уже существующего; чрезвычайно высокая инновационная составляющая; высокие затраты и сложность не только при производстве, но и при эксплуатации. Кроме уникальных свойств технического и технологического характера эти товары обладают еще одним свойством – способностью эксплуатироваться в течение относительно длительного периода времени, как правило, рассчитанного на ряд лет.

Изучение опыта реализации проектов по выпуску высокотехнологичной продукции на предприятиях ОПК показывает, что в настоящее время основной упор сделан на создание и выпуск современных, конкурентоспособных товаров институционального назначения для медицины, энергетики, авиации и космоса, судостроения и других высокотехнологичных отраслей национальной экономики России. Так, корпорация «Тактическое ракетное

вооружение» участвует в кооперации по созданию авиационного двигателя ПД-14; совместно с Уральским научно-исследовательским институтом композиционных материалов организовано производство эндопротезов из углерод-углеродного композита. В НПО «Высокоточные комплексы» выпускают дорожно-строительную технику и медицинское оборудование. В концерне «Алмаз-Антей» созданы роботизированные оптико-электронные комплексы, позволяющие вести наблюдения за космическими объектами на околоземных орбитах; планируется организация цифрового телевидения в труднодоступных регионах и Арктической зоне России.

НПО «Сплав» совместно с МГУ имени М. В. Ломоносова для поддержания жизнедеятельности человека приступило к серийному выпуску автоматизированного диагностического лечебного комплекса «АНГЕЛ», который предназначен для оказания инструментальной и консультативной помощи в первичной диагностике, автоматического контроля за жизненно важными функциями человека, а также медицинского тактильного эндохирургического комплекса, предназначенного для диагностики посредством инструментальной пальпации. Среди гражданской продукции АО «Конструкторское бюро приборостроения им. академика Аркадия Шипунова» – лазерные хирургические аппараты серии «Ланцет». В АО «Центральное конструкторское бюро аппаратостроения» в соответствии со спецификой специализации предприятия, располагаемой научно-производственной базой и научно-техническим заделом производится продукция радиотехнического профиля: мобильные аэрологические станции; беззондовые всепогодные и всесуточные определители параметров погоды; радиолокационные станции управления воздушным движением; радиолокационные станции наблюдения для систем охраны особо важных объектов, в том числе широко внедряемых на объектах атомной отрасли России.

Если в отношении продукции военного назначения потребитель (заказчик) и его требования заранее известны – это, как правило, Министерство обороны Российской Федерации, то для продукции гражданского назначения ситуация может быть диаметрально противоположной. Здесь предприятиям ОПК необходимо понять, кто его клиент не вообще, а тот, кто относится к определенному рыночному сегменту или рыночной нише; какие его потребности; будет ли продукт пользоваться спросом или нет и тогда уже решать, что разрабатывать и производить, на какие рынки выходить и каким образом продвигать продукцию, преодолевая барьеры и конкуренцию со стороны отечественных и зарубежных производителей.

Продвижение ВПГДН является неотъемлемой частью инструментария рыночно ориентированного управления предприятиями ОПК, и если не уделять этому должного внимания, то выведение нового продукта на рынок связано с рядом маркетинговых рисков, вероятность наступления которых существенно возрастает. Поэтому роль продвижения заключается в налаживании маркетинговых коммуникаций с целевыми аудиториями.

Продвижение ВПГДН выполняет две функции: имиджевую и информационную. С помощью первой функции формируется репутация самого предприятия ОПК и его ВПГДН, а вторая функция призвана предоставить потребителю сведения о характеристиках ВПГДН, их отличительных характеристиках и убедить его, что она существенно отличается от аналогов на рынке. От того, как грамотно будет построен процесс продвижения ВПГДН, будет зависеть и финансовый результат предприятия, и спрос на конкретный продукт, и возможность расширения производства, и объемы продаж, и самое главное – результативность предприятия ОПК будет определяться не только его известностью в экспертных кругах, но и популярностью на целевом рынке сбыта.

Предприятия ОПК при осуществлении различных мероприятий по продвижению ВПГДН сталкиваются с рядом общих проблем по формированию спроса на данный вид выпускаемой продукции:

1. Число покупателей ВПГДН и соответственно емкость рынка ограничены из-за неизвестности предприятий ОПК на целевом рынке сбыта, а также в связи с тем, что потребителями товаров могут быть определенные отрасли или отдельные институциональные клиенты.

2. Относительно высокая цена ВПГДН. Так, стоимость мобильной аэрологической станции, производство которой АО «Центральное конструкторское бюро аппарато-строения» планирует начать в 2022 г., составит 40 млн рублей. Такая высокая цена обусловлена тем, что, во-первых, усложнение продукции приводит к появлению у нее особых (уникальных) потребительских свойств, что дает производителю возможность и право увеличить отпускные цены; во-вторых, относительно продолжительный период и сложность разработки ВПГДН требуют соответствующего бюджета производителя на испытания и правовую защиту, что отражается на увеличении себестоимости и оптовой цене; в-третьих, ВПГДН обладает инвестиционными свойствами и долговременность ее применения – это дополнительные выгоды для конечных клиентов, что также отражается на формировании производителем оптовой цены.

3. Риск предстоящей сделки, основными компонентами которого являются следующие виды рисков: общеэкономические; функциональные (технические и эксплуатационные характеристики частично или полностью не совпадают с ожиданиями потенциальных клиентов, продукт в целом или его отдельные элементы могут оказаться неработоспособными, неисправными и т. п.); финансовые (инфляция, колебания валютных курсов, инвестиционные ошибки и т. п.); временной риск (потенциальные клиенты должны быть уверены, что производитель располагает возможностями для создания качественной ВПГДН, кото-

рая будет обладать потребительскими свойствами, в том числе функциональными, на протяжении длительного периода времени). Чем сложнее продукт, тем продолжительнее процедура подготовки и принятия решения о его поставке; чем выше риски, тем продолжительнее согласование условий выполнения контракта.

Также в ходе позиционирования ВПГДН и бренда предприятия ОПК на целевом рынке сбыта продуценты могут сталкиваться с барьерами входа на рынок; неизбежностью периодического технического и технологического обновления продукции; отсутствием навыков быстрого реагирования на изменения рыночной конъюнктуры. Все эти обстоятельства в комплексе накладывают отпечаток на формирование стратегии продвижения ВПГДН и использование соответствующего маркетингового инструментария.

Как правило, к инструментам продвижения товаров и услуг относят основные (реклама, паблик рилейшнз, прямой маркетинг, стимулирование сбыта) и синтетические (участие в выставках и ярмарках, брендинг, спонсорство, мерчандайзинг). Каждый из инструментов имеет свое назначение, преимущества и недостатки, а также эффективность при воздействии на целевую аудиторию. Выбор в пользу тех или иных инструментов продвижения во многом обусловлен назначением производимой продукции и спецификой целевого рынка сбыта. Также инструменты продвижения разграничивают на в офлайн- и в онлайн-среде. Из этого следует, что при продвижении ВПГДН следует использовать те инструменты и технологии, которые в комплексе позволят получить максимальную эффективность (коммуникационную, экономическую, психологическую).

Специфика ВПГДН, а также рынка, на котором предстоит работать, определяет, какие инструменты продвижения наиболее приоритетны – реклама, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта или прямой маркетинг. При этом приоритет того

или иного инструмента может оказать обратный результат.

Реклама, традиционно считающаяся основным инструментом продвижения товаров широкого потребления, применительно к ВПГДН играет значительно меньшую роль, и ее эффективность будет иметь место исключительно в специализированных изданиях. В целом реклама по отношению к ВПГДН уступает персональным продажам. К тому же она является неотъемлемым элементом маркетинга высокотехнологичной продукции, и ее использование просто необходимо для эффективной реализации сложных в техническом отношении товаров, а отсутствие должного внимания к данному инструменту может негативно отразиться на эффективности и результативности маркетинга и производственно-хозяйственной деятельности предприятия ОПК. Соответственно, реклама ВПГДН имеет свои особенности и специфические формы коммуникаций.

Реклама в классических СМИ (телевидение, радио, газеты, журналы) для продвижения ВПГДН будет неэффективна по ряду причин, в том числе из-за их несоответствия целевой аудитории. С учетом специфики ВПГДН среди классических инструментов продвижения большей эффективностью по сравнению с рекламой будут обладать прямой маркетинг, выставочная деятельность и поддержание связей с общественностью. Однако с активным развитием интернет-маркетинга эффективность продвижения существенно возрастает при использовании следующих инструментов: контент-маркетинга, реструктуризации сайтов и ведения блогов, вебинаров, email-маркетинга и др.

Для реализации целей продвижения ВПГДН наиболее целесообразно использовать специализированные журналы, каталоги, рекламные проспекты и т. д. К специализированным печатным изданиям относятся, например, отраслевые издания, которые освещают достижения, проблемы, перспективы развития определенной отрасли народного хозяйства. Поэтому их

целевая аудитория – узкие специалисты или эксперты, численность которых значительно меньше, чем у других СМИ.

Продвижение ВПГДН предприятий ОПК в специализированных изданиях осуществляется не напрямую, а опосредованно через описание продуктовых инноваций, научно-технических достижений. При таком подходе, когда описывается не конкретный продукт, а решение проблемы, связанной с ВПГДН, возможны представление отдельных результатов функционально-стоимостного анализа и/или технико-экономического анализа, косвенное сопоставление преимуществ описываемого объекта с показателями конкретных лучших мировых достижений. При подготовке информационных статей их контент должен отражать максимально полные данные касательно ожидаемых эффектов (социальный, экономический, технический или экологический) от применения ВПГДН. Материалы информационных статей должны быть достаточно аргументированы и проиллюстрированы фотографиями, таблицами, схемами, графиками. При этом в статье не должно быть ни косвенных, ни прямых призывов к клиентам вступать в коммерческие отношения с производителем.

Также эффективным инструментом продвижения ВПГДН при взаимодействии с потенциальными клиентами выступают рекламные проспекты и каталоги, с помощью которых предприятия ОПК могут реализовать свои цели продвижения за счет направленности на заинтересованную аудиторию, предоставления исчерпывающей информации о продукте, выделив его преимущества, полезные свойства. Кроме этого, данные инструменты продвижения имеют определенный потенциал для формирования репутации. Так, например, в каталоге «Гражданская продукция организаций оборонно-промышленного комплекса» касательно государственной корпорации «Росатом» представлен перечень гражданской продукции промышленно-технического назначения по следующим

направлениям: автоматизированные системы управления технологическими процессами; электротехническое и энергетическое оборудование; системы безопасности. Агентством промышленного развития города Москвы подготовлен каталог продукции, выпускаемой предприятиями ОПК города, а департаментом промышленности и энергетики Администрации Томской области – базовый каталог высокотехнологичной гражданской продукции, производимой организациями ОПК Сибирского федерального округа (всего 453 образца) [4]. В ГК «Ростех» с целью каталогизации продукции гражданского назначения российских предприятий ОПК сформирован банк каталогов о продуктах предприятий ОПК по таким направлениям, как электроника, энергетика, городская среда, медицинская техника. Каталоги содержат номенклатурные позиции, в которых приводятся краткое описание и технические характеристики продукции, контактные данные. Основной площадкой для размещения этих каталогов является Государственная информационная система промышленности (ГИСП) Минпромторга России. В дальнейшем планируется размещение информации на Единой электронной торговой площадке, в единой информационной системе в сфере закупок и на ряде других электронных торговых площадок.

Особое место в продвижении ВПГДН занимает выставочная деятельность, в ходе которой предприятия ОПК могут не только проинформировать о выставленных образцах своей новой продукции, но и фактически продемонстрировать ее преимущества по сравнению с аналогичной продукцией конкурентов. Причем демонстрация осуществляется для целевой аудитории – аудитории, потенциально заинтересованной именно в ВПГДН.

Выставочная площадка – это деловые встречи и контакты лиц, обладающих правом принимать решения, с потенциальными потребителями ВПГДН, поставщиками, партнерами для того, чтобы заклю-

чать сделки, узнавать их интересы, реальную платежеспособность и т. д. Также следует отметить, что все экспозиционные мероприятия освещаются в СМИ, поэтому участие предприятия ОПК в работе выставки следует также рассматривать как признак высокого качества ВПГДН и инновационного развития, что в свою очередь позволяет формировать его положительный имидж.

За последние годы выставочная деятельность предприятий ОПК, проводимая в рамках диверсификации, способствует активному продвижению ВПГДН на рынок. Так, на XVI Всероссийском форуме-выставке «Госзаказ-2021» Пермская научно-производственная приборостроительная компания представила систему мониторинга целостности сооружения; Пермский пороховой завод предложил своим клиентам новые образцы полимерных материалов для дорожного покрытия и нанесения разметки; ИК «Механика» представила тележки-толкатели, которые применяются в Московском метрополитене [8]. На этом же форуме предприятия ОПК Красноярского края представили перспективные образцы ВПГДН: АО «Красмаш» – ложементы со специальным режущим инструментом; АО «ИСС им. М. Ф. Решетнева» – спутник-ретранслятор «Луч-5А»; АО «ЦКБ «Геофизика» – комплекс растаривания и растворения реагентов, установку автоматического растаривания металлических барабанов с реагентом и др. [9].

На стенде XVI Всероссийского форума-выставки «Госзаказ-2021» ПО «Туламашзавод» продемонстрировало мотопомпы, дизельные двигатели, электрокультиваторы, мотоблоки, высокопрочный твердосплавный осевой режущий инструмент, внутризаводское транспортное средство «Муравей» и многое другое. В частности, внутризаводское транспортное средство «Муравей» заинтересовало АО «Шереметьево-Карго» и во время работы форума был подписан контракт на его поставку для нужд аэропорта Шереметьево [2].

Интернет-среда, обладая такими характеристиками, как масштабность, многофункциональность, свободное размещение и доступ к информационным ресурсам, высокая скорость распространения информации и эффективность ее усвоения, возможность общения и др., трансформирует классические инструменты продвижения и предоставляет предприятиям ОПК не только новые решения, но и возможности по заключению сделок, проведению платежей и т. п. При этом ряд особенностей ВПГДН оказывает влияние на полноту использования инструментов интернет-маркетинга. Так, в силу специфики ВПГДН вопросы безопасности при хранении, передаче и использовании информации, составляющей государственную тайну, накладывают ограничения на ее распространение и полноту. Также следует принимать во внимание, что процедура продажи ВПГДН, включающая знакомство с продукцией, оценку предложения, проведение переговоров, является длительной, многоступенчатой, поскольку в нее вовлекается широкий круг специалистов. К тому же в интернет-среде сложно выделить аудиторию, заинтересованную в конкретной продукции предприятия, так как сбор информации о ней часто осуществляют либо лица, от которых в конечном счете не зависит принятие решений, либо конкуренты при проведении маркетинговой разведки. Эту специфику также следует учитывать при продвижении.

Как показывает практика, ключевым инструментом интернет-продвижения ВПГДН является сайт, который в большей степени, чем какой-либо другой инструмент, предоставляет возможность подавать оптимальную по количеству и качеству информацию о производителе и его готовой продукции. Кроме того, при интернет-продвижении ВПГДН сайт не только расширяет формы взаимодействия с клиентами, но и частично автоматизирует эти процессы.

При этом у сайта есть своя специфика:

– содержание предоставляемого контента должно быть таковым, чтобы клиент смог составить представление о продукте, так как для него важны назначение, технические описания, характеристики, свойства, особенности применения ВПГДН;

– объем и структура представляемой информации должны убедить потенциального клиента в необходимости приобретения именно этого продукта;

– целевое действие, т. е. сайт – промежуточное звено при переходе от знакомства с ВПГДН к ее покупке;

– информационная помощь для лиц, принимающих решение о приобретении ВПГДН.

Анализ сайтов АО «НПО «СПЛАВ» имени А. Н. Ганичева», ПАО «Научно-производственное объединение «Стрела», АО «Конструкторское бюро приборостроения им. академика А. Г. Шипунова», АО «Центральное конструкторское бюро приборостроения» и др. показывает, что представленный контент не в должной мере акцентирует внимание на преимуществах производимых ВПГДН. В основном представленная информация содержит упоминания о наличии таких продуктов или общие сведения о ВПГДН. Такой формальный подход скорее связан с недопониманием актуальности использования сайта как одного из современных инструментов интернет-маркетинга, а также с тем, что для высокотехнологичной продукции классическая реклама неэффективна.

С практической точки зрения процесс разработки стратегии продвижения ВПГДН предлагается проводить через следующую последовательность этапов:

1. Маркетинговый анализ (анализ целевого рынка сбыта: клиенты, конкуренты, тенденции и перспективы; анализ средств продвижения ВПГДН).

2. Установление целевой аудитории.

3. Формирование стратегии продвижения ВПГДН (формирование политики продвижения, выбор каналов продвижения, обоснование стратегии).

4. Разработка комплекса мероприятий по продвижению ВПГДН.

5. Оценка эффективности стратегии продвижения ВПГДН (привлечение – вовлечение – конвертация – удержание; анализ соотношения количества привлеченных клиентов или полученной выручки и затрат на каждое средство или канал продвижения).

Следуя этой логике, нами была разработана стратегия продвижения ВПГДН для ПО «Туламашзавод» в интернет-среде. Содержание рекламных обращений соответствует основным ассортиментным категориям ВПГДН для ПО «Туламашзавод», отражающим уникальность товарного предложения.

Весь целевой трафик в рамках стратегии продвижения ВПГДН для ПО «Туламашзавод» был направлен через корпоративный сайт. За три месяца 2021 г. (март – май) корпоративный сайт ПО «Туламашзавод» еженедельно посещало более 2 500 потенциальных клиентов, среднее время пребывания которых составило около 5 минут. Так, по данным SEO-сервиса Serpstat, наибольший удельный вес клиентов посещают корпоративный сайт ПО «Туламашзавод» через интернет-поиск (поисковая реклама) в рамках поисковых систем Google (59,9 %) и «Яндекс» (40,0 %). Следующим по значимости трафика выступает органическая выдача поисковых систем (23,8 %), где потенциальные клиенты в адресной строке браузеров формируют запросы и выбирают корпоративный сайт ПО «Туламашзавод» в рамках своих интесресов. В табл. 1 представлены результаты анализа эффективности продвижения ВПГДН для ПО «Туламашзавод» в рамках разработанной нами стратегии.

Для оценки эффективности продвижения ВПГДН для ПО «Туламашзавод» была настроена цель как действие потенциальных клиентов на корпоративном сайте – подтверждение заказа в интернет-магазине производителя. Наибольший удельный вес потенциальных клиентов приходится на привлечение по кликам на корпоративном

сайте через целевую (таргетированную) и поисковую (контекстную) рекламу, а наименьший удельный вес – через рассылку по e-mail. Как результат интернет-

продвижения ВПГДН ПО «Туламашзавод», отмечено 152 203 показа и 13 477 переходов клиентов на корпоративный сайт по зафиксированным кликам.

Таблица 1
Результаты оценки эффективности интернет-продвижения ВПГДН для ПО «Туламашзавод»

Направления трафика (интернет-продвижения)	Показы	Клики/ переходы	Кликабельность (CTR), %	Медианная стоимость одного клика (CPC), руб.	Лиды, ед.	Бюджет продвижения, руб.	Стоимость лида (CAC), руб.
Поисковая (контекстная) реклама	33 987	4 380	12,89	43,2	425	500 000	1 176,5
Целевая (таргетированная) реклама	65 891	6 530	9,9	31,2	214	200 000	934,6
Реклама в YouTube	45 780	1 847	4,03	19	324	100 000	308,6
Email-рассылка (адресаты)	6 545	720	11,0	10,2	48	3 000	62,5

Самое высокое значение показателя CTR наблюдается в результате интернет-продвижения через указанные поисковые системы, где содержание рекламных обращений было связано с поисковыми запросами клиентов и призывами к действию в виде ознакомления с ВПГДН ПО «Туламашзавод». Стоимость лида по каналу для поисковой (контекстной) рекламы составила 1 176,5 рублей, что является наибольшим значением в сопоставлении с другими каналами интернет-продвижения ВПГДН ПО «Туламашзавод». В целом содержание разработанных нами рекламных обращений способствует выполнению потенциальными клиентами ПО «Туламашзавод» каких-либо целевых действий (конверсии), что в конечном счете отража-

ется на CTR (кликабельности), рейтингах рекламных обращений и т. д.

Среди используемых инструментов интернет-продвижения в рамках реализуемой стратегии email-рассылка заняла первое место по значению возвратности маркетинговых инвестиций – 7 786,7%. Но данный канал интернет-продвижения нельзя считать относительно эффективным, поскольку из 6 545 рассылок адресатам было получено только 48 лидов, 29 из которых перешли в статус оформления сделки. В результате ПО «Туламашзавод» получил дополнительную выручку в размере 1 392 тыс. рублей. Вероятно, большинство адресатов расценили email-сообщения как спам, который был проигнорирован (табл. 2).

Таблица 2
Эффективность каналов интернет-продвижения ВПГДН для ПО «Туламашзавод»

Каналы интернет-продвижения	Лиды, ед.	Количество продаж, ед. (%)	Выручка, тыс. руб.	Прибыль (маржа 17%), тыс. руб.	Бюджет продвижения, тыс. руб.	ROMI, %
Email-рассылка	48	29 (60,4)	1 392	236,6	3	7 786,7
Реклама в YouTube	324	91 (28,1)	4 368	742,6	100	642,6
Поисковая (контекстная) реклама	425	212 (49,9)	10 176	1 729,9	500	245,9
Целевая (таргетированная) реклама	214	75 (35,0)	3 600	612,0	200	206
Итого	1 011	407 (40,3)	19 536	3 321,1	803	313,6

Продвижение через YouTube занимает второе место по количеству лидов – 324, при этом была заключена 91 сделка с клиентами (конверсия составила 28,1%). После внутренней настройки видеорекламы (лайки, поделиться ссылкой на видео, репосты, комментарии и т. д.) данный канал интернет-продвижения привлек (расширил) целевую аудиторию, однако она оказалась не готова приобретать продукцию ПО «Туламашзавод» в настоящее время, т. е. речь идет об отложенном спросе. Следовательно, необходимо продолжать работу с этим сегментом клиентов, а также совершенствовать видеообращения (видеорекламу) в соответствии с товарными категориями ВПГДН ПО «Туламашзавод» (проводить оптимизацию ключевых слов, работать с заголовками, описанием, тегами, ссылками и т. д.), продвигать и оптимизировать сам канал.

Эффективность целевой рекламы в таких социальных сетях, как «Инстаграм», «Фейсбук» и «ВКонтакте», – это сопоставление показов и кликов (CTR). Этот показатель составляет 9,9%, а привлечено с ее помощью 214 лидов при стоимости одного лида 934,6 рублей. С учетом того, что в результате было реализовано 75 единиц ВПГДН ПО «Туламашзавод», а средняя цена одного заказа составила 48 000 рублей, была получена выручка от таргетированной рекламы в размере 6,23 млн рублей. Тогда показатель рентабельности рекламных кампаний (ROMI) для данного канала интернет-продвижения ВПГДН составляет 206%.

Таким образом, проведенная оценка разработанной и принятой к реализации стратегии продвижения ВПГДН для ПО «Туламашзавод» показала, что подготовленная платформа для обработки поступающих заказов от потенциальных клиентов и вполне эффективно налажено использование источников трафика в интернет-среде. При этом в качестве резервов повышения эффективности продвижения ВПГДН для ПО «Туламашзавод» следует более полно использовать возможности сервисов для

повышения качества рекламных обращений и привлечения большего количества потенциальных клиентов для каждого из каналов продвижения.

Из проведенной нами оценки эффективности использования каждого из каналов интернет-продвижения ВПГДН для ПО «Туламашзавод» вытекает, что наибольший объем продаж отмечается при помощи контекстной рекламы (42% лидов в «Яндекс» и Google). Значение показателя ROMI для данного канала интернет-продвижения ВПГДН составляет 245,9% в силу того, что в сопоставлении с остальными каналами продвижения затраты на поисковую рекламу были относительно высокими и составляли 500 тыс. рублей. Инвестиции в контекстную рекламу окупались, однако следует оптимизировать рекламные обращения, настроив их на навигационные и высокочастотные ключевые запросы.

Наиболее выгодный источник инвестирования – email-рассылка (ROMI составил 7 786,7%). Также установлено, что разработанная стратегия продвижения ВПГДН для ПО «Туламашзавод» имеет положительный эффект в виде полученной выручки продаж, которая больше в 24,3 раза в сопоставлении с затратами на продвижение. При этом для каждого из используемых каналов интернет-продвижения следует непрерывно выявлять резервы для оптимизации, использование которых будет способствовать повышению эффективности продвижения ВПГДН для ПО «Туламашзавод».

Таким образом, исследование проблем и перспектив продвижения ВПГДН позволяет сделать ряд выводов. Во-первых, при продвижении ВПГДН следует использовать те инструменты и технологии продвижения для офлайн- и онлайн-среды, которые в комплексе позволят получить предприятиям ОПК максимальную эффективность (коммуникационную, экономическую, психологическую). Этим предприятиям следует разнообразить тематику и формат специальных мероприятий для

продвижения своего бренда. Возможно, в организации таких мероприятий следует более пристальное внимание обратить на те сферы, в которых заложен высокий потенциал применения ВПГДН. Для того чтобы повысить свою репутацию на целевом рынке, следует сосредоточиться на взаимодействии со своими целевыми аудиториями, учитывая их интересы и потребности. В частности, считаем целесообразным для продвижения ВПГДН расширить арсенал инструментов продвижения через организацию разного рода социальных проектов и спонсорство.

Во-вторых, предприятиям ОПК следует повысить качество своих публикаций в социальных медиа, предусматривающих продвижение ВПГДН, придерживаясь конкретной их тематической направленности и максимально полного понимания своей целевой аудитории, т. е. в привязке к назначению ВПГДН. Представляются целесообразными проведение онлайн-мероприятий для пользователей социальных сетей, вебинаров и конференций; публикация ссылок на информационные и аналитические материалы в СМИ, посвященные деятельности самих предприятий ОПК в сфере инноваций и производства ВПГДН. Кроме того, предприятиям ОПК нужно проводить SEO-оптимизацию, реструктуризировать корпоративные сайты,

обогадив их содержание и повысив качество дизайна с точки зрения высокой технологичности выпускаемой продукции в целом, в том числе ВПГДН, так как в основной массе рассмотренные нами корпоративные сайты не отличаются неординарными функциями, которые могли бы характеризовать эти предприятия как производителей высокотехнологичной продукции.

В-третьих, на фоне кризиса международных отношений между Западом и Россией наша страна очень часто в зарубежных СМИ представляется в неприглядном виде. С учетом в целом негативной риторики в зарубежных медиа при продвижении ВПГДН на внешние рынки крупным предприятиям ОПК, особенно государственным корпорациям, следует чаще выступать инициаторами публикаций, улучшающих имидж как страны в целом, так и своей репутации в частности. Также одна из наших рекомендаций сводится к более активной работе с целевыми группами в социальных сетях, так как через эти платформы в виде веб-страниц, где публикуются новости и посты, могут концентрироваться потенциальные клиенты в отношении ВПГДН, постоянно реагирующие на новые публикации и обменивающиеся информацией.

Список литературы

1. Гарина Е. П., Шпилевская Е. В., Андрияшина Н. С. Изучение подходов к определению высокотехнологичного продукта в производстве // Вестник Мининского университета. – 2016. – № 1. – URL: <https://vestnik.mininuniver.ru/jour/article/view/123/124>
2. «Госзаказ»: шаг навстречу ОПК. – URL: <https://mk.tula.ru/news/n/goszakaz-shag-navstrechu-opk/>
3. Дубровин В. В. Оценка стоимости высокотехнологичной компании на различных этапах развития : дис. ... канд. экон. наук. – М., 2009.
4. Каталог высокотехнологичной гражданской продукции, производимой организациями ОПК Сибирского федерального округа. – URL: <https://depenerg.tomsk.gov.ru/news/front/view/id/58897>
5. Коночкина Т. В. Формирование производственной программы выпуска высокотехнологичной продукции : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Челябинск, 2009.

6. *Норенков И. П.* Основы автоматизированного проектирования. – М. : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2019.
7. *Панин А.* Оценка наукоемкой продукции. – URL: <http://vpk-news.ru/articles/3888>
8. Пермский стенд на форуме «Госзаказ-2021» посетили более тысячи промышленников и управленцев России. – URL: <https://minpromtorg.permkrai.ru/about/news/4611/>
9. Предприятия ОПК Красноярского края представили перспективные образцы гражданской продукции на форуме-выставке «Госзаказ-2021». – URL: <https://newslab.ru/news/1027814>.
10. *Семьянова О. Ю.* Маркетинговые стратегии продвижения высокотехнологичных товаров на рынок : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – СПб., 2008.

References

1. Garina E. P., Shpilevskaya E. V., Andryashina N. S. *Izuchenie podkhodov k opredeleniyu vysokotekhnologichnogo produkta v proizvodstve* [Study of Approaches to the Definition of a High-Tech Product in Production]. *Vestnik Mininskogo universiteta* [Bulletin of the Minin University], 2016, No. 1. (In Russ.). Available at: <https://vestnik.mininuniver.ru/jour/article/view/123/124>
2. «Goszakaz»: shag navstrechu OPK [«Goszakaz»: a step towards the defense industry complex]. (In Russ.). Available at: <https://mk.tula.ru/news/n/goszakaz-shag-navstrechu-opk/>
3. Dubrovin V. V. *Otsenka stoimosti vysokotekhnologichnoy kompanii na razlichnykh etapakh razvitiya*. Diss. kand. ekon. nauk [Estimation of the Value of a High-Tech Company at Various Stages of Development. PhD diss.]. Moscow, 2009. (In Russ.).
4. *Katalog vysokotekhnologichnoy grazhdanskoj produktsii, proizvodimoy organizatsiyami OPK Sibirskogo federalnogo okruga* [Catalog of High-Tech Civilian Products Produced by Organizations of the Defense Industry of the Siberian Federal District]. (In Russ.). Available at: <https://depennerg.tomsk.gov.ru/news/front/view/id/58897>
5. *Konochkina T. V. Formirovanie proizvodstvennoy programmy vypuska vysokotekhnologichnoy produktsii*. Avtoref. diss. kand. ekon. nauk [Formation of a Production Program for the Release of High-Tech Products. Abstract PhD diss.]. Chelyabinsk, 2009.
6. *Norenkov I. P. Osnovy avtomatizirovannogo proektirovaniya* [Basics of Computer-Aided Design]. Moscow, Izd-vo MGTU im. N. E. Baumana, 2019. (In Russ.).
7. *Panin A. Otsenka naukoemkoj produktsii* [Assessment of High Technology Products]. (In Russ.). Available at: <http://vpk-news.ru/articles/3888>
8. *Permskiy stand na forume "Goszakaz-2021" posetilo bolee tysyachi promyshlennikov i upravlentsev Rossii* [The Perm stand at the "state order" forum 2021 was visited by more than a thousand industrialists and managers of Russia]. (In Russ.). Available at: <https://minpromtorg.permkrai.ru/about/news/4611/>
9. *Predpriyatiya OPK Krasnoyarskogo kraja predstavili perspektivnye obraztsy grazhdanskoj produktsii na forume-vystavke "Goszakaz-2021"* [The enterprises of the defense industry complex of the Krasnoyarsk Territory presented promising samples of civilian products at the forum-exhibition "Goszakaz-2021"]. (In Russ.). Available at: <https://newslab.ru/news/1027814>

10. Semyanova O. Yu. Marketingovye strategii prodvizheniya vysokotekhnologichnykh tovarov na rynek. Avtoref. diss. kand. ekon. nauk [Marketing Strategies for Promoting High-Tech Products to the Market. Abstract PhD diss.]. Saint Petersburg, 2008. (In Russ.).

Сведения об авторах

Сергей Алексеевич Швецов

кандидат технических наук, доцент,
заведующий кафедрой экономики,
менеджмента и торгового дела
Тульского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: Тульский филиал ФГБОУ ВО
«Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова», 300000, Тула,
проспект Ленина, д. 53.
E-mail: vvalei@yandex.ru

Максим Петрович Калиниченко

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента
Северного (Арктического) федерального
университета имени М. В. Ломоносова.
Адрес: Северный (Арктический) федеральный
университет имени М. В. Ломоносова,
163002, Архангельск,
наб. Северной Двины, д. 54.
E-mail: mpk79@mail.ru

Татьяна Николаевна Егорушкина

кандидат экономических наук, доцент,
заведующая кафедрой финансов
и информационных технологий управления
Тульского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: Тульский филиал ФГБОУ ВО
«Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова», 300000, Тула,
проспект Ленина, д. 53.
E-mail: tegor@bk.ru

Information about the authors

Sergey A. Shvetsov

PhD, Assistant Professor,
Head of the Department for Economics,
Management and Trade
of the Tula branch of the PRUE.
Address: Tula branch of the Plekhanov
Russian University of Economics,
53 Lenin Avenue, Tula,
300000, Russian Federation.
E-mail: vvalei@yandex.ru

Maksim P. Kalinichenko

PhD, Assistant Professor, Assistant Professor
of the Department for Management
of the Northern (Arctic) Federal University
named after M. V. Lomonosov.
Address: Northern (Arctic) Federal University
named after M. V. Lomonosov,
54 Embankment of the Northern Dvina,
Arkhangelsk, 163002, Russian Federation.
E-mail: mpk79@mail.ru

Tatiana N. Yegorushkina

PhD, Assistant Professor, Head
of the Department for Finance and Information
Technology Management
of the Tula branch of the PRUE.
Address: Tula branch of the Plekhanov
Russian University of Economics,
53 Lenin Avenue, Tula,
300000, Russian Federation.
E-mail: tegor@bk.ru

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ

А. В. Рыжакова, И. В. Головизнин

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

С начала всемирной пандемии в марте 2020 г. и по результатам III квартала 2021 г. COVID-19 остается главным фактором, влияющим как на покупательное поведение российских потребителей, так и на потребительский рынок, который столкнулся с беспрецедентными мерами, сказывающимися на характере потребительского спроса. Основная цель данного исследования состоит в оценке влияния последствий пандемии на потребительский рынок России, ключевых игроков ретейла и на стоимость продуктов питания как важнейший атрибут при принятии решения о покупке. Авторы рассматривают поведенческие паттерны клиентов в части трендов осознанного потребления, зеленой экоповестки и здорового образа жизни, что в условиях роста ограничений в IV квартале 2021 г. в связи с пандемией является актуальным для российского покупателя. В рамках оценки сферы товарного обращения проведен анализ сегмента онлайн-торговли, продолжающего свой рост и увеличивающего свою долю на рынке как в сегменте Food, так и Non-Food. Кроме этого, авторами проведено сравнение по приобретению продуктов питания в магазинах онлайн- и офлайн-формата.

Ключевые слова: ретейл, потребительский рынок, пандемия COVID-19, категорийный менеджмент.

ASSESSING THE CURRENT STANDING OF COMMODITY CIRCULATION SPHERE

Alla V. Ryzhakova, Ilya V. Goloviznin

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

From the beginning of the global pandemic 2020 and by results of the 3-rd quarter 2021 COVID-19 has been the major factor influencing both customer behavior of Russian buyers and customer market, which is facing unprecedented measures affecting customer demand. The principle goal of the research is to assess the impact of pandemic consequences on Russian customer market, key retail players and cost of foods as the most significant attribute for decision-making in buying things. The authors study customer behavior patterns in the aspect of deliberate consumption trends, green eco-agenda and healthy life style, which in view of restriction rise in the 4th quarter 2021 because of pandemic is extremely acute for Russian buyers. Within the frames of evaluation of commodity circulation sphere the segment of on-line trade was investigated, as it continuous its growth and rises its market share in the segment of Food and Non-Food. Apart from that the authors compared figures of buying foods in on-line and off-lines stores.

Keywords: retail, customer market, COVID-19 pandemic, category management.

Развитие потребительского рынка в России является закономерным процессом. За последние тридцать лет сфера товарного обращения в России претерпела колоссальные трансформации и стала одной из наиболее конкурентоспособных среди мировых рынков за счет своей уникальности, которая заключается в

масштабах деятельности рыночных игроков от Калининграда до Владивостока и в разнообразии потребителей, часть из которых открыта к инновациям, а другая максимально придерживается консервативного типа существования в условиях рыночных реалий. В этой связи резкий рост развития продуктовой сферы стал ка-

тализатором качественных изменений в торговле, а именно поспособствовал формированию такой рыночной среды, которая умеет и может оперативно удовлетворять запросы потребителей, связанные с новыми тенденциями в соответствующей сфере товарного обращения.

Значительное влияние на развитие товарного обращения оказала, конечно же, конкуренция между всеми участниками рынка. Важно подчеркнуть, что конкурируют на российском рынке как международные, так и национальные компании в таких сферах товарного обращения, как ретейл, логистика, планирование и производство, что заставляет каждую организацию внедрять инновационные подходы и лучшие практики с международным признанием, позволяющие усилить их конкурентоспособность как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Особую роль в развитии современной сферы товарного обращения играют ретейлеры, которые воспользовались возможностью протекционистской политики России 2014 г. и первыми начали переходить с импортной продукции на российские аналоги, которые в период 2020–2021 гг. в условиях пандемии COVID-19 стали якорными брендами и наличие которых в ассортименте является ключевым при принятии решения о покупке. При рассмотрении товарных направлений с точки зрения категорийного менеджмента основными категориями, в которых произошли радикальные изменения, стали Fresh и Ultra Fresh, в частности, молочные продукты, сыры, фрукты и овощи, мясо и мясные продукты. На сегодняшний день можно с уверенностью заявить, что потребность в данных категориях полностью закрыта российскими производителями, что свидетельствует о беспрецедентной поддержке национального фермерства государством во главе с президентом В. В. Путиным и правительством Российской Федерации.

Потребительский рынок России является уникальным и значительно отличается от западной модели сферы товарного об-

ращения. Помимо законодательства и масштабных логистических цепочек от производства до конечного потребителя его основные отличительные особенности связаны с социально-демографическими и культурными аспектами. Именно в этой связи на территории Российской Федерации представлены десятки федеральных, сотни региональных и локальных ретейлеров, которые в совокупности и образуют основу современной сферы товарного обращения по результатам 2021 г., реализуя товар конечному потребителю. Для всех участников рынка основной целью является максимизация прибыли при уменьшении издержек. Однако на достижение данной цели влияют десятки внешних и внутренних факторов: от поиска персонала, оценки целевой аудитории формата в соответствии с миссией компании, трендов в рамках категорий до международных вызовов по типу пандемии COVID-19.

В 2020 г. и производители товаров повседневного спроса (Fast-Moving Consumer – FMCG), и ретейлеры одинаково отрицательно оценили влияние пандемии на потребительский рынок. Производители в большей степени претерпели сокращение отрасли на 5–20% в среднем, ретейлеры – более чем на 20%.

Следует отметить, что для онлайн-продаж 2020 г. стал самым успешным для всех компаний, которые смогли оперативно среагировать на новые вызовы, ограничения и потребительские запросы. На рис. 1 показан их рост как у производителей, так и у ретейлеров, что в большей мере связано с резким ростом онлайн-продаж товаров FMCG через классический и сетевой онлайн-ретейл. Ярким примером быстрой реакции сетевых компаний являются ретейлеры «Пятерочка» и «ВкусВилл», которые за время пандемии смогли развить канал онлайн-продаж и предоставить возможность в режиме экспресс-доставки на дом получить выбранный клиентом товар. В целом пандемия COVID-19 внесла коррективы в процессы торговых предприятий различных форматов, а также

стала катализатором увеличения роли онлайн-игроков (OZON, Wildberries, Utkonos, «Перекресток») на потребительском рынке России.

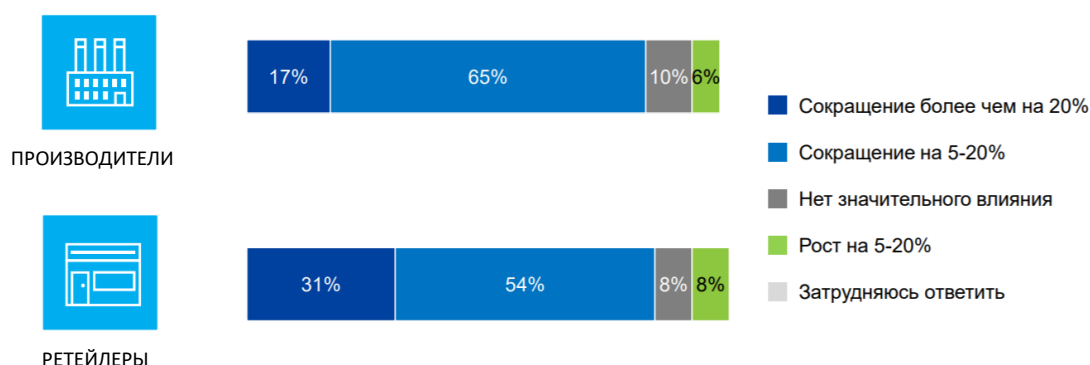


Рис. 1. Оценка влияния на сферу товарного обращения пандемии COVID-19 в 2020 г.

Для офлайн-сетей и магазинов форматов «У дома», «Гипермаркет», «Супермаркет» главной целью на фоне COVID-19 стало обеспечение постоянного наличия важных и KVI-товаров (создающих ценовой имидж компании за счет выравнивания их стоимости под рынок) для клиентов. В России при весеннем локдауне в 2020 г. основной миссией в классических форматах торговли стало обеспечение безопасности покупателей с учетом рекомендаций от Роспотребнадзора. Ретейл показал хороший результат, обеспечив средний NPS (индекс потребительской лояльности) в офлайн-форматах с показателем 97%. При этом важно подчеркнуть,

что, по данным Nielsen Scantrack, за время карантина в России цены на базовые продукты не росли, о чем свидетельствует рис. 2. Основной причиной отсутствия даже сезонных изменений цен является желание ведущих российских ретейлеров удержать клиентов, у которых есть возможность посещать офлайн-форматы именно в своей сети на фоне карантина, а поскольку сети на ежедневной регулярной основе проводят ценовые мониторинги и сравнивают себя друг с другом, то удерживали цены в 2020 г. абсолютно все ведущие участники сферы товарного обращения на территории России как на частные торговые марки, так и на базовые бренды.

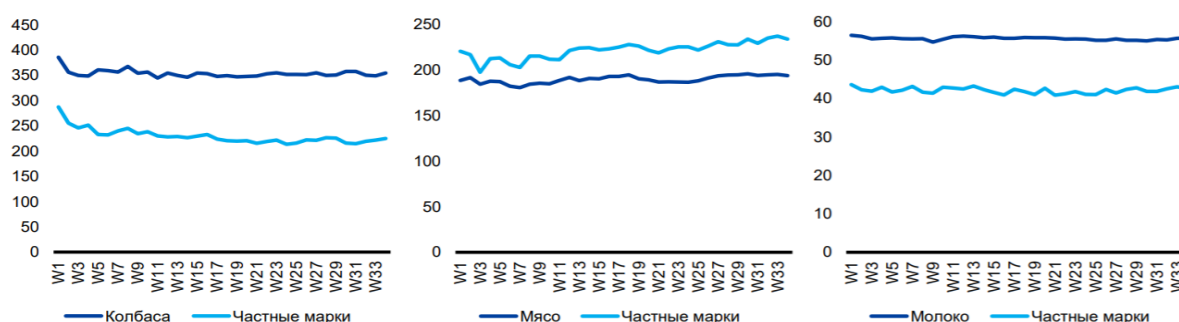


Рис. 2. Динамика изменения цен на базовые продукты в России в 2020 г.

Отсутствие изменения цен на базовые категории никак не коррелируется с тем, что эти товары начали больше покупать.

Напротив, многие потребители потеряли свою работу на фоне карантина, часть из которых была вынуждена пересмотреть

свою потребительскую корзину. Это отчетливо видно из аналитики, представленной на рис. 3. В 2020 г. в постковидный период низкий ценовой сегмент увеличил долю в структуре товарного предложения

на российском потребительском рынке с начала года с 17 до 18,3%. В свою очередь доля товаров высокого ценового сегмента снизилась с 37,1% в январе до 35,2% в августе 2020 г.



Рис. 3. Структура товарного предложения по сегментам рынка

Процесс пересмотра товарного предложения в России в разрезе ценовых сегментов не является новым направлением стратегического планирования деятельности сетей на будущие периоды. Еще с 2014 г. на фоне снижения доходов граждан и обострения международной политической ситуации сети стали выстраивать стратегию повышения конкурентоспособности через ценовые предложения в низком и среднем ценовых сегментах. Для этого компании создавали абсолютно новые сети в рамках группы компаний (яркий пример – ООО «Фреш Маркет»: магазины бренда «ДА» входят в состав группы компаний «О'Кей»), развивали собственные торговые марки (СТМ) в низком ценовом сегменте («Дикси», «Ашан»). Планировалось, что высокий ценовой сегмент не только будет сокращен в рамках категории, но и часть категорий будет попросту исключена из него.

В 2018 г. сами потребители стали пересматривать свои приоритеты. В России до COVID-19 59% потребителей заменили расходы на сбережения. По итогам III квартала 2020 г. доля таких потребителей, по данным The Conference Board Consumer Confidence Index, уже составила 75%. Потребители от 16 до 40 лет (поколения Y и Z) являются главными трендсетте-

рами развития современной сферы товарного обращения. Данные категории потребителей живут онлайн, проводя до 70% свободного времени в Интернете, и обладают наибольшей покупательной способностью. В 2020 г. 86% данных потребителей заменили постоянные расходы на сбережения. На фоне сбережений в узком смысле в материальном и денежном выражении потребители поколений Y и Z начали беречь и свое здоровье, и окружающую среду в рамках парадигмы «здоровый для меня и для окружающей среды». 81% респондентов из 50 тыс. опрошенных готовы заботиться об окружающей среде и считают, что компании должны также заботиться о ней. В России, по данным GFK Analytics, среди опрошенных 62% готовы изменить потребление для сокращения наносимого вреда здоровью. Бренд, компания и любимый продукт стали второстепенными факторами, влияющими на покупку товара. Потребители стали руководствоваться именно ценностью продукции при потреблении в части комфорта и здоровья для себя, а также заботы об окружающей среде (рис. 4).

Рационализация потребления в свою очередь ведет к продуманному процессу покупки исключительно необходимых товаров. В свою очередь приобретаемый то-

вар должен соответствовать тем критериям качества, которые предъявляет к нему потребитель с учетом современных трендов.

Конечно, в случае 100%-ного соблюдения требований покупателей и производители, и ретейлеры увеличат свои списания во Fresh-категориях, поскольку наличие в продукте только натуральных ингредиентов без консервантов и искусственных добавок сократит сроки хранения и годности готового продукта. В то же время потребители попросту не будут напрасно забивать холодильник ненужными товарами, приобретенными впрок без потребности по

акции, и в еще большей степени рационализируют свое потребление, приобретая товары по потребности. Рационализация потребления, сберегающая политика со стороны потребителей и переход к натуральным составам заставят ретейлеров и производителей отойти от модели реализации товара с долгими сроками и избыточным производством, наносящим вред окружающей среде, и перейти к выпуску и реализации продукции исключительно под реальную, а не прогнозируемую с учетом акционных качелей потребность.



Рис. 4. Пересечение трендов «здоровый для потребителя» и «здоровый для окружающей среды»

Важно подчеркнуть, что производители и ретейлеры при выпуске продукта или СТМ должны не просто принимать во внимание рекомендации от потребителей, но и максимально имплементировать всю обратную связь в потребительские свойства продуктов как на стадиях их разработки, так в вещественном виде, поскольку целевой потребитель будет оценивать абсолютно все показатели качества выпущенного товара и распространять их, используя современные каналы передачи информации обратной связи о продукте в виде рекомендаций для других потребителей. На всех этапах жизненного цикла то-

вара производители должны советоваться с фокус-группами и потенциально заинтересованными категориями будущих клиентов, поскольку именно подобный близкий менеджмент является наиболее эффективным инструментом развития продукта и его популяризации среди потенциальных потребителей. В случае если показатели качества не будут соответствовать ожиданиям конечных потребителей, развитие такого продукта будет под угрозой в связи с высокой скоростью передачи и распространения информации через современные каналы коммуникации в социальных сетях, мессенджерах и на других

платформах. Современные потребители стали профессионалами в сфере личной покупки. Осведомленность и экспертность повышаются на фоне усиления влияния трендов здорового образа жизни (ЗОЖ) и ЭКО на все продовольственные и непродовольственные категории товаров в торговле. Осознанное потребление в 2020 г. стало главным направлением развития потребительской розницы. Цена и бренд перестали быть главными якорями принятия решения о покупке. Конкурентоспособность товара, бренда и торговой сети в целом сегодня определяется уровнем лояльности к потребительским запросам со стороны продающего. Потребители хотят увидеть развитие ЗОЖ, экологические тренды, натуральные и органические товары без ГМО, искусственных ингредиентов и парабенов на полке в любимом ими сетевом ретейлере в новых и уже существующих категориях. В противном случае торговая организация рискует регулярно терять лояльную потребительскую базу и будет попросту отдавать спрос своим конкурентам, которым удалось реализовать переход к новым потребительским запросам.

Основные фокусы современной сферы товарного обращения в России и мире сегодня консолидированы на качестве и натуральности ингредиентного состава в продовольственном сегменте и экотренде в непродовольственном сегменте как основных аспектах конкурентоспособности. Потребители в рамках сберегательной политики рационализируют свое потребление. На текущем начальном этапе рациональное потребление в России, возможно, не сильно заметно повсеместно на всей территории страны. Однако процессы в торговле, происходящие и в мире, и в Российской Федерации, свидетельствуют о том, что в ближайшие три года потребительский рынок абсолютно поменяется и текущие рыночные тренды будут уже не трендами, а новой реальностью в связи с реализацией Стратегии повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 г., целями которой яв-

ляются обеспечение качества пищевой продукции как важнейшей составляющей укрепления здоровья, увеличения продолжительности и повышения качества жизни населения, содействие и стимулирование роста спроса и предложения на более качественные пищевые продукты и обеспечение соблюдения прав потребителей на приобретение качественной продукции.

Изменения в сфере товарного обращения в период пандемии COVID-19 значительным образом отразились на приобретении продуктов питания покупателями в офлайн- и онлайн-магазинах. По данным исследовательского центра Deloitte, в СНГ в 2021 г. частота покупок в офлайн-магазинах в России увеличилась в 0,4 раза в месяц и составила 17,2 раза в месяц, однако для сегмента офлайн данный показатель меньше, нежели допандемический 2019 г. с показателем 18 раз в месяц. При этом средний чек в 2021 г. увеличился на 200 рублей по сравнению с 2020 г. и на 300 рублей по сравнению с 2019 г. и составил 1 426 рублей. Основными причинами, оказавшими влияние на рост среднего чека в 2021 г., являются продовольственная инфляция и закупка товаров впрок потребителями на более длительный период в целях снижения количества походов в магазин в связи с обеспечением безопасности в условиях пандемии COVID-19.

По данным Росстата, за период с 19 по 25 октября 2021 г. индекс потребительских цен составил 0,28%. При этом, по данным Минэкономразвития России, с начала октября 2021 г. инфляция составила 0,91%, а с начала года – 6,28%. По состоянию на конец октября 2021 г. в годовом выражении уровень инфляции в России составил 7,97%. Целевой показатель Банка России при этом равен 4%.

По данным Росстата, цены на продовольственные товары каждый год поднимаются на 10,58%, а за неделю – на 0,55%. Говоря об онлайн-формате, следует подчеркнуть, что количество потребителей онлайн-магазинов увеличилось на 7%, а

средний чек в 2021 г. не претерпел изменений и удерживался на уровне 1 480 рублей. Как отмечает Deloitte, основными покупателями продуктов питания онлайн-ритейлеров являются потребители с высоким уровнем дохода, приобретающие ча-

ще других категорий продукты через онлайн-каналы, однако доля покупателей в онлайн-каналах с низким и средним доходами увеличилась на 15%, что свидетельствует о продолжающемся росте популярности онлайн-ритейла.

Список литературы

1. Белова Л. А., Верона Л. И. Современные тренды российской розничной торговли // Естественнo-гуманитарные исследования. – 2021. – № 33. – С. 42–46.
2. Депутатова Е. Ю., Перельман М. А. Аспекты изучения потребительского поведения в условиях инноваций в ретейле // Journal of Economy and Business. – 2020. – № 1. – С. 101–103.
3. Лозовик А. С. Инновации в сфере розничной торговли: анализ опыта супермаркетов в различных странах // Наука и образование сегодня. – 2021. – № 1. – С. 44–48.
4. Петров С. К. Роботизация бизнес-процессов на примере предприятий сферы розничной торговли // Инновации и инвестиции. – 2021. – № 5. – С. 140–143.
5. Ухова А. И., Окольников А. Д., Беляев Н. А. Трансформация потребительского поведения россиян в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2021. – № 3. – С. 176–180.
6. Харланов А. С. Маркетинг будущего: концепции, влияющие на принятие потребительских решений в период пандемии COVID-19 // Теория и практика общественного развития. – 2021. – № 9. – С. 32–36.
7. Щепина С. В. Развитие существующих и альтернативных форматов торговли сетевого ретейла в условиях пандемии // Baikal Research Journal. – 2021. – Т. 12. – № 2. – DOI: 10.17150/2411-6262.2021.12(2).13

References

1. Belova L. A., Verona L. I. Sovremennyye trendy rossiyskoy roznichnoy trgovli [Modern Trends in Russian Retail Trade]. *Estestvenno-gumanitarnyye issledovaniya* [Natural Sciences and Humanities Research], 2021, No. 33, pp. 42–46. (In Russ.).
2. Deputatova E. Yu., Perelman M. A. Aspekty izucheniya potrebitelskogo povedeniya v usloviyakh innovatsiy v reteyle [Aspects of Studying Consumer Behavior in the Context of Innovations in Retail]. *Journal of Economy and Business*, 2020, No. 1, pp. 101–103. (In Russ.).
3. Lozovik A. S. Innovatsii v sfere roznichnoy trgovli: analiz opyta supermarketov v razlichnykh stranakh [Innovations in Retail Trade: an Analysis of the Experience of Supermarkets in Various Countries]. *Nauka i obrazovanie segodnya* [Science and Education Today], 2021, No. 1, pp. 44–48. (In Russ.).
4. Petrov S. K. Robotizatsiya biznes-protsessov na primere predpriyatij sfery roznichnoy trgovli [Robotization of Business Processes on the Example of Retail Enterprises]. *Innovatsii i investitsii* [Innovation and Investment], 2021, No. 5, pp. 140–143. (In Russ.).
5. Ukhova A. I., Okolnishnikov A. D., Belyaev N. A. Transformatsiya potrebitelskogo povedeniya rossiyan v usloviyakh rasprostraneniya novoy koronavirusnoy infektsii (COVID-19) [Transformation of Consumer Behavior of Russians in the Context of the Spread of a New Coronavirus Infection (COVID-19)]. *Vestnik Yuzhno-Uralskogo gosudarstvennogo*

universiteta. Seriya: Ekonomika i menedzhment [Bulletin of the South Ural State University. Series: Economics and Management], 2021, No. 3, pp. 176–180. (In Russ.).

6. Kharlanov A. S. Marketing budushchego: kontseptsii, vliyayushchie na prinyatie potrebitelskikh resheniy v period pandemii COVID-19 [Marketing of the Future: Concepts, Influencing Consumer Decision-Making During the COVID-19 pandemic]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and Practice of Social Development], 2021, No. 9, pp. 32–36. (In Russ.).

7. Shchepina S. V. Razvitie sushchestvuyushchikh i alternativnykh formatov trgovli setevogo reteyla v usloviyakh pandemii [Development of Existing and Alternative Formats of Retail Chains in the Context of the Pandemic]. *Baikal Research Journal*, 2021, Vol. 12, No. 2. DOI: 10.17150/2411-6262.2021.12(2).13

Сведения об авторах

Алла Владимировна Рыжакова

доктор технических наук, профессор,
профессор кафедры товароведения и товарной
экспертизы РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,
Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Ryzhakova.AV@rea.ru

Илья Валерьевич Головизнин

аспирант кафедры товароведения и товарной
экспертизы РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени
Г. В. Плеханова», 117997, Москва,
Стремянный пер., д. 36.

E-mail: cvskgoloviznin@yandex.ru

Information about the authors

Alla V. Ryzhakova

Doctor of Technical, Professor, Professor
of the Department for Commodity Research
and Commodity Expertise of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: Ryzhakova.AV@rea.ru

Ilya V. Goloviznin

Post-Graduate Student of the Department
for Commodity Research and Commodity
Expertise of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: cvskgoloviznin@yandex.ru

ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ СТАРТАП-ЕДИНОРОГОВ

А. А. Иванов, Е. Ю. Кулакова, Г. М. Магомедова

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В статье рассмотрены наиболее яркие примеры быстрого роста бизнеса от стартап-проектов до компаний-единорогов, проанализированы причины их стремительного успеха, а также представлены главные тренды стартапов ближайшего будущего. Авторами определены направления реализации бизнес-стартапов будущих компаний-единорогов, среди которых технологические стартапы, финтех-стартапы, стартапы в сфере транспорта, EdTech, медицинские стартапы, e-commerce. Авторами проведен обзор наиболее успешных компаний-единорогов ближайшего десятилетия XXI в. Проанализированы различные направления развития бизнеса от электронных онлайн-платформ для создания онлайн-игр, обучающих сервисов, оценки эффективности рекламных кампаний и маркетинговой аналитики до производства графеновых нанотрубок, обладающих повышенной электропроводностью и прочностью. В статье определены векторы эволюции компаний-единорогов с позиции востребованности цифровых продуктов (сервисов, приложений) рынком интернет-пространства и информационных технологий, а также потребностей рынка новых технологий и инноваций, где основным трендом является разработка уникальных материалов (производства). Определена роль предпринимательства современной формации (для рынка B2C) с целью повышения комфорта, доступности, эргономичности продуктов/услуг, но в то же время увеличения их базовой функциональности для удобства и относительной простоты применения пользователями. Представлены примеры отечественных компаний-единорогов, выросших из стартап-проектов до крупных компаний с капитализацией более 1 млрд долларов. Авторами рассмотрены наиболее популярные рынки, где сосредоточено значительное количество компаний-единорогов, показана статистика успешных стартап-проектов 2020–2021 гг., а также охарактеризованы тренды стартапов и требования к ним для достижения статуса успешной компании с высокой капитализацией.

Ключевые слова: предпринимательство, маркетинг, клиентоориентированность, тренды.

TRENDS AND PROSPECTS OF FOUNDING START-UP-UNICORNS

Andrey A. Ivanov, Ekaterina Yu. Kulakova, Gyulnara M. Magomedova

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

The article studies the most evident examples of fast growing business from start-ups to companies - unicorns, analyzes causes of their quick success and shows key trends of future start-ups. The authors identify trends of realizing business start-ups of future companies - unicorns, among which technological start-ups, fintech start-ups, start-ups in the field of transport, EdTech, medical start-ups, e-commerce. The authors review the most successful companies-unicorns of the new decade of the 21st century. They analyze different lines in business development from electronic on-line platforms for designing on-line games, education services, estimating the efficiency of ad campaigns and marketing analysis to production of grapheme nano-tubes with higher electro-conductivity and strength. The article identifies vectors of companies - unicorn evolution in view of demand for digital products (services, applications) on the part of internet- space market and information technologies, as well as needs of new technology and innovation market, where the major trend is development of unique materials (production). The role of entrepreneurship of new formation (for B2C market) is demonstrated in order to raise comfort, accessibility and ergonomic characteristics of products/services and at the same time to increase their basic functionality for convenience and relative simplicity for users. The article gives examples of home companies - unicorns that grew up from start-ups, whose capitalization exceeds \$1bn. The authors study the most popular markets, where a considerable number of companies - unicorns are located and show statistics of successful start-ups of 2020–2021.

Start-up trends and requirements to them aimed at attaining the status of successful company with high capitalization were characterized.

Keywords: entrepreneurship, marketing, client-orientation, trends.

Введение

Сегодня предпринимательство не выглядит чем-то странным и загадочным. Наоборот, все больше людей разных поколений приходят к своему делу – новому стартапу. Однако масштабы бизнесов могут отличаться колоссально. Существует термин, обозначающий сверхрост компании в короткий промежуток времени, так называемые единороги, которые достигли оценки в миллиард долларов меньше чем за 10 лет.

Единорог – это трансформация отрасли, уникальные инновационные предложения, это то, что полностью изменяет повседневную жизнь человека.

Компанией-единорогом может стать не каждая компания с оборотом выше 1 млрд долларов, а только та, которая обладает социальной популярностью и значимостью для своих клиентов. Компания, которая ориентируется на клиента и закрывает ключевые их потребности, ставит клиента на первое место, используя маркетинговый подход.

Направления для реализации стартапов-единорогов

Наиболее актуальные направления стартапов-единорогов реализуются в следующих отраслях:

1. *Технологические стартапы.* Большинство китайских проектов ориентированы именно на новейшие технологии: AI, робототехнику и VR.

2. *Финтех-стартапы.* Деньги делают деньги – именно этим правилом руководствуются разработчики проектов в сфере FinTech.

3. *Стартапы в сфере транспорта.* В производителях заинтересованы правительство и частные корпорации, а автономные средства вождения привлекают большое количество потенциальных клиентов, в

том числе и из-за проблем, связанных с пандемией и общим состоянием экологии.

4. *EdTech.* Проблема пандемии послужила причиной резкого роста спроса на онлайн-образование. Естественно, разработки в этой области стали вызывать интерес у крупных инвесторов. В результате целый ряд стартапов сферы EdTech взлетел в кратчайшие сроки.

5. *Медицинские стартапы.* Взлет разработок в области здравоохранения пришелся на начало пандемии коронавируса. Пример актуальной проблемы – длинные очереди в учреждениях здравоохранения и трудности с получением лекарств.

6. *E-commerce.* Несмотря на то, что эта отрасль из-за пандемии частично пострадала, сервисы онлайн-продаж смогли удержаться на плаву и даже выйти на дополнительное финансирование.

Обзор успешных компаний-единорогов

Ярким примером стартапа-единорога в 2020 г. является американский сервис Quizlet, позволяющий учителям создавать материал для запоминания, а ученикам и студентам – в интерактивной форме его запоминать. Каждый второй учитель пользуется ежедневно данной программой. Кроме того, сервис запоминает загруженный материал и формирует некую единую базу тестов/задач/вопросов, которые каждый желающий может посмотреть.

Следующий пример является самым неожиданным – Kim Kardashian West (KKW). Известная американская актриса и модель создала свою линию косметики, которую рекламирует и продает на своей странице в социальной сети «Инстаграм». В 2021 г. Ким Кардашьян продала часть KKW за 200 млн долларов. За счет регулярности рекламы и 180 млн подписчиков данная компания стала единорогом. По нашему мнению, успеху способствовал

личный бренд Ким Кардашьян и ее известность по всему миру.

Нельзя не упомянуть компанию Google, которая также является единорогом. Сегодня сервисами Google пользуются миллионы человек и компаний (поисковая система, Google-диск, Google-документы, таблицы, презентации, сайты, аналитика, календарь, карты и многое другое, чем мы пользуемся ежедневно). Компании удалось собрать воедино большинство сервисов XXI века.

Составляя подборку основных стартапов-единорогов 2020 и 2021 г., невозможно не включить в нее китайскую технологическую компанию ByteDance, прославившуюся в 2020 г. на весь мир своей социальной сетью TikTok, которая уже считается одной из самых перспективных площадок для маркетинга и продвижения брендов. Помимо приложения, компания имеет еще 5 сервисов в разных странах. Так, ByteDance с общей оценкой в 140 млрд долларов за короткое время смогла стать самым дорогим единорогом в 2020 г.

Компания Coursera также относится к числу стартапов-единорогов, но более молодых – на 2021 г. капитализация компании составляет свыше 1 млрд долларов. Coursera помогает продавать и бесплатно распространять образовательные курсы. При этом учебные заведения и компании получают полную аналитику о потенциальных студентах, работниках и курсах.

Нашему соотечественнику Арсению Вершинину удалось создать стартап-единорог Personio – сервис, помогающий компаниям регулировать различные HR-процессы. По последним оценкам, в январе 2021 г. капитализация компании составляла 1,7 млрд долларов.

Система UiPath занимается автоматизацией рутинных бизнес-процессов. Имитируя действия пользователя, она способна самостоятельно заполнять документы, нажимать на кнопки и распознавать информацию с помощью компьютерного зрения.

Продукты UiPath совместимы с Windows, web- и Java-приложениями, а также различными виртуальными средами, поэтому они позволяют передать решение задач роботам без вмешательства уже задействованных клиентом систем. Стоимость программного обеспечения от UiPath не указана на сайте, но, по данным сайта Capterra, начальная цена составляет 3 999 долларов в год за одного пользователя.

Компания Circle выпускает и поддерживает инструменты для операций с криптовалютами: мессенджер Circle Pay, где в формате чата можно переводить деньги друзьям в трех валютах (долларах, евро и фунтах стерлингов), площадку для торгов Circle Trade с оборотом в 2 млрд долларов и Circle Invest – приложение для инвестирования. Важной особенностью Circle Invest является функция Buy the Market: пользователь обозначает сумму, на которую хотел бы купить доступные на платформе валюты, а она самостоятельно диверсифицирует портфель.

Roblox – онлайн-платформа для создания игр. По информации Comscore, пользователи в возрасте от 6 до 12 лет проводят на Roblox больше времени, чем на любом другом сайте в Интернете. Forbes указывает, что аудитория платформы – более 70 млн уникальных посетителей в месяц. Пользователи также могут играть в игры, которые создали другие люди. Кроме того, в Roblox действует внутриигровая валюта Robux, за которую можно купить игровые аксессуары и услуги. 100 монет стоят 1 доллар, обратный курс – 35 центов. В 2017 г. игроки заработали около 40 млн долларов. Помимо этого, компания выпускает игрушки в виде персонажей из популярных игр, выплачивая их создателям роялти.

Основные направления американской компании-стартапа AppsFlyer – оценка эффективности рекламных кампаний и маркетинговая аналитика. AppsFlyer предоставляет решения по маркетинговой аналитике приложений более чем 12 тыс.

клиентов, включая такие крупные компании, как AliExpress, Ebay, McDonald's и HBO.

Российская компания OCSiAI – производитель графеновых нанотрубок, обладающих повышенной электропроводностью и прочностью, а также выдерживающих высокие температуры. Их добавляют в другие материалы, чтобы придать им новые свойства и увеличить срок эксплуатации электрических приборов. Данные нанотрубки называют материалом будущего, поэтому рынок, по оценкам экспертов, будет стремительно развиваться.

С одной стороны, востребован рынок интернет-пространства, рынок ИТ-технологий (проведение аналитики, вычисления данных и т. д.), а с другой – все более востребованным и перспективным становится рынок новых технологий и инноваций, где основное направление – разработка уникальных материалов.

Предпринимателям необходимо создавать бизнес, направленный на то, чтобы сделать сервис для клиентов проще и доступнее, иными словами, на решение проблем клиентов, что должно переориентировать текущий рынок на совершенно новый уровень (для B2C).

Нельзя не отметить и возможности в сфере технологий. Как упомянуто выше, привлекательны для входа технологические рынки, где имеет место открытие новых технологий, полезных и упрощающих производство продуктов и, следовательно, сокращающих издержки в следующих циклах производства.

Один из самых популярных рынков, где сосредоточено значительное количество единорогов в последние годы, – рынок ретейла и электронной коммерции. Поэтому 87% единорогов – технологические стартапы. В то же время в ближайшее время актуальными и прибыльными могут стать рынки здравоохранения, сельского хозяйства, автомобилестроения, где активно

разрабатывают технологии, которые позволили бы построить новые бизнес-модели.

Отличительная особенность компании-единорога – наличие уникального предложения, идеи, способной изменить привычки и поведение людей. Единороги знают, как стимулировать спрос на свои продукты и услуги и формировать пространство, где пользователи постоянно испытывают в них необходимость.

В настоящее время, согласно данным CB Insights, в мире насчитывается 631 стартап-единорог, чья капитализация за короткий период превысила 1 млрд долларов.

Опираясь на данные, полученные при изучении единорогов, можно с уверенностью предположить, что создание проекта в области цифрового образования – это ниша с безграничным потенциалом, которая сможет быть реализованной по всему миру. Если говорить о проблемах, которые нужно решать проектом в сфере образования, то следует заметить, что действующие проекты в этой сфере, которые добились успеха, став единорогами, используют новые инструменты для решения старых задач. То есть чтобы получить всемирное признание и стать компанией-единорогом, необходимо обратить внимание на проблемы образования, которые решаются неэффективно.

В таблице представлены топ-10 самых дорогих стартапов.

Количество компаний-единорогов растет невероятными темпами. Например, в 2019 г. к мировому клубу единорогов присоединилось еще 127 новых компаний (из 19 стран). Большая доля новых единорогов представлена двумя странами: США (72 компании) и Китаем (15 компаний). Сейчас на США и Китай в совокупности приходится почти 70% пополнения мирового клуба единорогов новыми компаниями.

Топ-10 самых дорогих стартапов

Компания	Оценка, млрд долл.	Страна	Рынок
ByteDance (Toutiao)	75	Китай	Artificial intelligence
Didi Chuxing	56	Китай	Auto & transportation
JUUL Labs	50	США	Consumer & retail
Stripe	35,25	США	Fintech
Airbnb	35	США	Travel
SpaceX	33,3	США	Other
Kuaishou	18	Китай	Mobile & telecommunications
One97 Communications	16	Индия	Fintech
Epic Games	15	США	Other
DJI Innovations	15	Китай	Hardware

Оценка единорогов, как правило, основана на том, насколько инвесторы и венчурные капиталисты предполагают, что эти стартапы будут активно расти и развиваться в будущем. По сути, здесь все сводится к среднесрочному и долгосрочному прогнозированию. Это означает, что их оценка не имеет ничего общего с тем, какие текущие финансовые результаты они демонстрируют. На самом деле многие из этих компаний довольно редко генерируют прибыль на раннем этапе, а некоторые из них остаются убыточными вплоть до выхода на IPO.

Ситуация же с российскими стартапами достаточно грустная, да и к тому же Yandex и Mail.Ru Group уже такими и не назовешь. Если в Китае все основано на потенциале внутреннего рынка, где 1,5 млрд потребителей с регулярно растущим доходом и вовлеченностью в потребление, а в США рынок характеризуется неограниченными финансовыми ресурсами венчурных и инвестиционных фондов, которые способны за короткий срок разогнать любые идеи, то в России все далеко не так. Несмотря на большинство созданных акселераторов и инкубаторов, развитую инфраструктуру для технологического предпринимательства, инвестиционный климат явно проседает, а наши стартапы в большинстве нацелены на решение локальных задач, а не на выход на глобальный рынок.

Главные тренды стартапов 2021–2022 гг.

Говоря о тенденциях бизнеса, невозможно не упомянуть пандемию, которая буквально перевернула спрос людей во всем мире. Сейчас все большей популярностью пользуются удаленная работа и онлайн-образование, видеоконференции, бесконтактная доставка, виртуальная реальность. Конечно же, это коснулось и медицины. Коронавирус произвел бум в фармацевтических технологиях, принуждая оперативнее создавать новые лекарства и вакцины. Все, в чем нуждаются люди, непременно становится популярным (например, масочно-перчаточный бизнес). Предприниматели должны следить за активным развитием событий в мире, чтобы успеть занять свое место в нишах.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что данные компании-единороги задают высокие стандарты сервиса/качества/удобства и показывают остальному рынку, как это может быть.

Нельзя также забывать и про главные требования к стартапу:

1. Отличная команда.
2. Крутая идея.
3. Огромный и перспективный рынок.

Если реально соблюдать эти требования, то можно получить инвестиции и стать компанией-единорогом в скором будущем.

Рассмотрим основные тренды стартапов:

1. *Цифровизация.* В современном мире практически любой стартап необходимо делать в онлайн-либо на стыке офлайн- и онлайн-бизнеса.

2. *B2B разработки.* Сегмент сервисов B2B разработан специально для корпоративного пользования (к примеру, сервис обучения для сотрудников компании), поскольку усиливается власть корпораций.

3. *ЗОЖ.* Тренд на здоровый образ жизни и заботу о физическом и ментальном здоровье продолжает развиваться, будут актуальны стартапы на стыке спорта, фитнеса и онлайн.

4. *Экология набирает обороты.* Тренд на экологию вне зависимости от специфики стартапа экологичности набирает обороты в силу ряда законодательных мер на российском и международном уровнях, ограничивающих оборот пластмассовой тары и т. д. Важно быть экологичным, это влияет на имидж и лояльность.

5. *Самообразование и онлайн-образование.* Продолжает сохраняться тренд на самообразование и образование, в частности в онлайн.

6. *VR.* VR-технологии интегрируются во многие сферы, такие как образование и сфера развлечений.

7. *Кибернетизация и медицина.* Наблюдается пристальное внимание стартапов и бизнес-ангелов к сегменту научно-технических разработок в таких сферах, как киберпротезирование, медицина и т. п.

8. *Чипирование и госзаказы.* Крайне актуальное и важное дополнение к предыдущему пункту:

– впереди неизбежное усиление мер контроля за санитарно-эпидемиологической обстановкой на государственном уровне, обязательная вакцинация;

– население постепенно начнет чипировать; важно подчеркнуть, что это реальность XXI века.

На этой волне появится большое количество стартапов, соединяющих в себе принципы научно-технических разработок, государственные заказы на разработку, производство, обслуживание про-

граммного обеспечения для чипов и всевозможных родственных разработок.

Эти проекты с высокой вероятностью будут инициированы либо поддержаны мировым правительством.

Создание ценности для клиента

Компания в первую очередь должна создавать ценность для клиента, т. е. стараться закрыть существующую проблему или упростить уже имеющиеся процессы. При этом стоит ориентироваться на более широкую целевую аудиторию, чтобы продуктом пользовались как можно больше людей. Предпринимателям стоит видеть четкую картину будущего, понимать, к чему они идут, что конкретно хотят получить и каким способом. Однако, по нашему мнению, отрасль не столько имеет значение как качественный и актуальный стартап. Необходимо быть стратегом, наблюдать за ситуацией сверху, продумывать шаги наперед. Но самое главное – гореть своей идеей, быть на 100 процентов уверенным, что ты делаешь большое и важное для людей дело. Тогда все складывается и бизнес «выстреливает».

Выводы

Анализируя успешные стартапы-единороги в 2020–2021 гг., можно сделать вывод, что огромный интерес у потенциальных покупателей, компаний и государства вызывают и будут вызывать новейшие технологии во всех сферах: технологии VR и AR, онлайн-образование, искусственный интеллект, беспилотный транспорт, здравоохранение. Это лишь несколько областей, в которых будут совершаться прорывы. Мир изменился за последние два года кардинально и никогда не станет прежним. Устойчивое движение вперед будет непрерывно, поэтому для того, чтобы стать единорогом, компаниям придется всегда знать мировые тренды и тенденции развития общества, уметь создавать и прогнозировать их.

В настоящее время актуальными направлениями являются здравоохранение, сельское хозяйство и ретейл. Для это-

го нужны технологии, которые помогут снизить затраты и построить новые бизнес-модели. Также успешными могут стать компании, которые помогают (создают вспомогательные компоненты) уже лидирующим компаниям в модернизации и улучшении процесса.

Компании-единороги, оценочная стоимость которых превышает 1 млрд долларов, занимают первое место в индустрии венчурного капитала. Говоря о рейтингах, можно заметить, что по количеству единорогов безусловно лидируют такие страны, как США и Китай. За ними следуют Великобритания, Индия, Южная Корея и др.

Сегодня единый список компаний-единорогов отсутствует: их количество отличается из-за методики подсчета, разнообразия оценок и других факторов. Так,

аналитический ресурс cbinsights.com приводит данные о 635 единорогах с суммарной стоимостью 2,1 трлн долларов. Согласно онлайн-платформе crunchbase.com, их число составляет 780 компаний. А по статистике Dealroom к апрелю 2021 г. в мире насчитывалось 1 437 компаний-единорогов. Более половины из них – американские.

Для оценки перспектив появления новых единорогов достаточно сказать, что в I квартале 2021 г. только в Северной Америке инвесторы вложили в стартапы 72,7 млрд долларов. Такая динамика подстегивается сверхнизкой стоимостью кредитов и огромными вливаниями денег со стороны правительства. Часть средств идет на венчурный рынок.

Список литературы

1. Кирпичева М. А., Гасимова Г. М. Лид-менеджмент как эффективный инструмент синхронизации маркетинга и продаж // Современная экономика: концепции и модели инновационного развития : материалы VIII Международной научно-практической конференции : в 3 кн. – Кн. 1. – М. : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. – С. 17–20.
2. Кулакова Е. Ю. Особенности формирования и реализации маркетинговой стратегии образовательных услуг высшими учебными заведениями // Вестник Академии. – 2019. – № 3. – С. 90–100.
3. Кулакова Е. Ю., Данилина М. В. Развитие предпринимательства в России // Научные достижения и открытия современной молодежи : сборник статей победителей Международной научно-практической конференции : в 2 ч. – Ч. 1. – Пенза, 2017. – С. 451–453.
4. Терновсков В. Б., Благова С. О., Данилина М. В., Иванов А. А., Гриднева Т. М., Новикова В. С. Институциональные ограничения инновационных процессов в российских компаниях // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10. – № 8-1. – С. 432–439.

References

1. Kirpicheva M. A., Gasymova G. M. Lid-menedzhment kak effektivnyy instrument sinkhronizatsii marketinga i prodazh [Lead-Marketing as Effective Tool for Synchronizing Marketing and Sales]. *Sovremennaya ekonomika: ontseptsii i modeli innovatsionnogo razvitiya, materialy VIII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Current Economics: Concepts and Models of Innovation Development: materials of the 8th International Conference], in 3 books, book 1. Moscow, FGBOU VO "REU im. G. V. Plekhanova", 2016, pp. 17–20. (In Russ.).
2. Kulakova E. Yu. Osobennosti formirovaniya i realizatsii marketingovoy strategii obrazovatelnykh uslug vysshimi uchebnymi zavedeniyami [Specific Features of Developing and Implementing Marketing Strategy of Education Services by Higher Education Institutions]. *Vestnik Akademii* [Bulletin of the Academy], 2019, No. 3, pp. 90–100. (In Russ.).

3. Kulakova E. Yu., Danilina M. V. Razvitie predprinimatelstva v Rossii [The Development of Entrepreneurship in Russia]. *Nauchnye dostizheniya i otkrytiya sovremennoy molodezhi, sbornik statey pobediteley Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Scientific Achievements and Discoveries by Present Day Youth: collection of articles by winners of the International Conference], in 2 parts, part 1. Penza, 2017, pp. 451–453. (In Russ.).

4. Ternovskov V. B., Blagova S. O., Danilina M. V., Ivanov A. A., Gridneva T. M., Novikova V. S. Institutsionalnye ogranicheniya innovatsionnykh protsessov v rossiyskikh kompaniyakh [Institutional Restrictions of Innovation Processes in Russian Companies]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today, Tomorrow], 2020, Vol. 10, No. 8-1, pp. 432–439. (In Russ.).

Сведения об авторах

Андрей Анатольевич Иванов

кандидат экономических наук, доцент,
доцент базовой кафедры Благотворительного
фонда поддержки образовательных программ
«КАПИТАНЫ» «Инновационный менеджмент
и социальное предпринимательство»
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,
Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Ivanov.AA@rea.ru

Екатерина Юрьевна Кулакова

соискатель кафедры маркетинга
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,
Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Kulakova.EY@rea.ru

Гюльнара Мурадовна Магомедова

кандидат экономических наук, доцент
базовой кафедры Благотворительного фонда
поддержки образовательных программ
«КАПИТАНЫ» «Инновационный менеджмент
и социальное предпринимательство»
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,
Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Magomedova.GM@rea.ru

Information about the authors

Andrey A. Ivanov

PhD, Assistant Professor,
Assistant Professor of the Basic Department
of Charity fund for support of educational
programs "Captains"

"Innovative Management and Social
Entrepreneurship" of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow,
117997, Russian Federation.

E-mail: Ivanov.AA@rea.ru

Ekaterina Yu. Kulakova

Candidate of the Department
for marketing of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow,
117997, Russian Federation.

E-mail: Kulakova.EY@rea.ru

Gyulnara M. Magomedova

PhD, Assistant Professor
of the Basic Department
of Charity fund for support of educational
programs "Captains"

"Innovative Management and Social
Entrepreneurship" of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow,
117997, Russian Federation.

E-mail: Magomedova.GM@rea.ru

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ДИВЕРСИФИКАЦИИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СТРУКТУР

А. А. Бирюков

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия

Диверсификация – одна из разновидностей стратегического планирования деятельности предприятия, связанная с расширением видов инвестиционной деятельности. Грамотно спланированный и организованный процесс диверсификации способствует повышению продуктивности работы компании и каждого ее подразделения. В России уже имеется положительный опыт по диверсификации производств как гражданского, так и военного назначения, но этот опыт был настолько неоднозначен и противоречив, что мешает выработке единой концепции. Поэтому теоретическая основа этой стратегии весьма неоднородна и не обладает универсальностью, что в свою очередь затрудняет ее применение на практике. В данной статье рассмотрено понятие диверсификации, показаны основные преимущества ее применения. Автором проанализированы последствия неудачно разработанной стратегии диверсификации в интегрированных хозяйственных структурах, а также представлены этапы реализации стратегии диверсификации.

Ключевые слова: стратегия, разработка стратегических решений, интегрированные хозяйственные структуры, диверсифицированные интегрированные хозяйственные структуры.

ANALYZING PROBLEMS OF MAKING STRATEGIC DECISIONS FOR DIVERSIFICATION OF INTERGRATED ECONOMIC STRUCTURES

Alexander A. Biryukov

The Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration, Moscow, Russia

Diversification is a type of strategic planning of enterprise functioning, which is connected with extending investment activity. A process of diversification adequately planned and arranged could raise productivity of company work and each of its divisions. Russia has got a positive experience of production diversification in both civil and defense purpose products, however this experience was so dubious and controversial that hindered the development of a common concept. The theoretical basis of the strategy is not uniform and universal, which in its turn makes its application more complicated. The article studies the notion of diversification and shows key advantages of its use. The author analyzes consequences of incorrectly developed strategy of diversification in integrated economic structures and also provides stages of realizing the diversification strategy.

Keywords: strategy, making strategic decisions, integrated economic structures, diversified integrated economic structures.

Стратегия диверсификации – маркетинговая стратегия, позволяющая компании развить дополнительные направления бизнеса [1. – С. 165]. В усло-

виях растущей конкуренции стратегия диверсификации является хорошим инструментом для управления рисками. Она позволяет избежать излишней сосредото-

ности на товаре и одном продвижении компании. На рис. 1 представлены основные преимущества применения диверсификации.

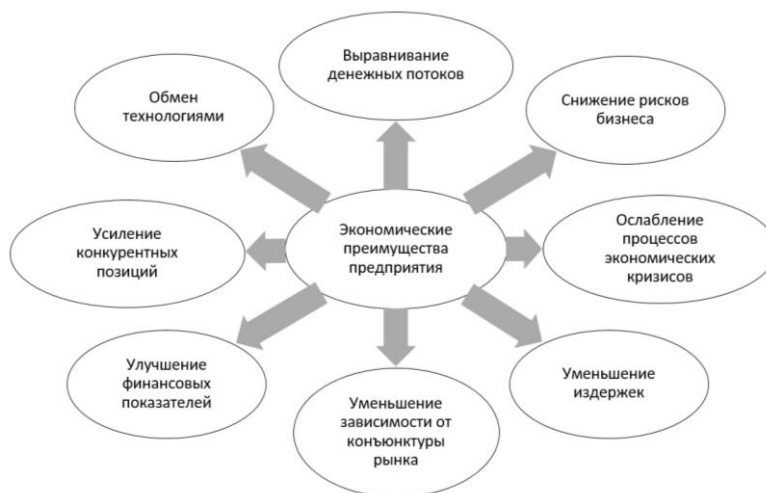


Рис. 1. Экономические преимущества применения диверсификации интегрированных хозяйственных структур

Как видно из рис. 1, диверсифицированные интегрированные хозяйственные структуры обладают значительными экономическими преимуществами по сравнению с однопрофильными предприятиями.

Последствия от предпринятой диверсификации могут быть весьма разнообразными. Один выбранный путь может принести хорошую прибыль в будущем, другой – сразу принести заметную прибыль и обеспечить высокую доходность, а третий – привести к краху все предприятие в целом. Поэтому принятие решения о применении новой стратегии должно сопровождаться тщательным анализом как внутреннего положения вещей на предприятии, так и внешней среды. Следует рассмотреть альтернативные решения и выбрать направление, которое при правильном планировании приведет к ожидаемым результатам и поставленным целям.

Диверсификация деятельности предприятия – это весьма мощный стратегический инструмент управления компанией и ее роста. Его необходимо использовать в строго определенное время, чтобы он принес максимально положительный эффект. Следует учесть особенности приме-

нения диверсификации на различных этапах жизни предприятия.

Единого подхода к организации жизненных циклов предприятия у экономистов нет, но существуют наиболее популярные. Как правило, все они включают четыре стадии развития предприятия: становление, рост, зарождение и упадок. От них уже исходят разветвления и расширения. В. Эванс предлагает разбить эти четыре стадии на восемь этапов, которые близки развитию человека: рождение; детство; отрочество; ранняя зрелость; расцвет сил; полная зрелость; старение; обновление [4. – С. 84].

На стадиях рождения, детства и отрочества применение инструментов стратегического управления недостаточно эффективно, так как на этих этапах предприятие еще не обладает устойчивостью, узнаваемостью на рынке.

На стадии ранней зрелости предприятие уже обладает начальным капиталом для расширения, идет увеличение объемов деятельности. Следовательно, для дальнейшего расширения финансово-хозяйственной деятельности следует применять инструменты диверсификации.

Когда предприятие доходит до стадии старения, руководство предпринимает все попытки к его развитию и возрождению. Чаще всего изменяется ассортимент, вводятся новые товары и услуги, что также является одной из форм диверсификации. Это приводит к новому витку в жизнедеятельности компании, а также переходу на стадию обновления или рождения заново.

На любом из этапов могут возникнуть обстоятельства, располагающие к принятию решения о проведении мер по стратегической диверсификации деятельности предприятия. Реализация этих мер также возможна на любом из этапов, но рациональнее всего выбирать этапы расцвета сил и полной зрелости, чтобы достичь наивысшего успеха от мероприятий.

Интегрированные хозяйственные структуры могут принять решение о необходимости диверсификации в следующих случаях:

1. Компания не может достичь поставленных целей в рамках существующего бизнес-портфеля. Факторами диверсификации являются насыщение рынка, уменьшение спроса на рынке, высокий уровень конкуренции или устаревание продуктов фирмы. Признаками необходимости диверсификации в этом случае выступают уменьшение срока окупаемости инвестиций, сокращение новых возможностей, превалирование продаж одному клиенту либо одного товара, ограниченность технологической базы.

2. Недостаточная рентабельность продаж, необходимость расширения текущей деятельности.

3. Возможность получения большей прибыли, чем при расширении производства. Подобная ситуация возможна в случаях, если перспективы диверсификации покрывают небольшой эффект на начальной стадии; перспективности внедрения нового продукта; необходимости расширения доли на рынке.

4. Компания не обладает достаточной информацией и идет на диверсификацию с большим риском.

После проведенного анализа основных существующих стратегий диверсификации и выбора определенной стратегии, подходящей к состоянию предприятия на данный момент, можно приступать к поэтапной реализации диверсификации.

На первом этапе проводится глубокий анализ текущего состояния предприятия. Так как успешность проведения диверсификации во многом зависит от наличия сильных сторон бизнеса, целесообразно провести анализ внутренних возможностей предприятия, оценку внешней и внутренней среды, рыночной ситуации, мониторинг показателей текущей активности использования оборудования и помещений, чтобы понять, верно ли выбрано направление проведения диверсификации, а также определить риски возникновения неблагоприятной для предприятия ситуации вследствие реализации диверсификации.

Оценку внешней и внутренней среды проводят методом SWOT-анализа, который позволяет на основе экспертного метода определить сильные и слабые стороны предприятия, основные угрозы и возможности его развития. В процессе составления SWOT-анализа необходимо определиться с формой диверсификации. Для этого составляется матрица диверсификационных возможностей.

Для определения потенциальных рисков при реализации стратегии диверсификации используют метод аналогии. На основе применения баз отбираются проекты со схожими характеристиками и рассматриваются риски, которые возникли при реализации этих проектов. С целью более детального исследования риска необходимо получить подробную информацию об объекте риска.

Рассмотренный процесс по исследованию рисков называется идентификацией и проводится в три этапа:

- 1) сбор информации о субъекте и объекте риска;
- 2) выявление опасностей;
- 3) оценка риска [2. – С. 119].

Оценка риска может быть качественной или количественной. При качественной оценке определяются степень, особенности и последствия рисков, а при количественной – вероятность наступления того или иного события.

Перед реализацией стратегии диверсификации проводится анализ потенциального нововведения по следующим направлениям: определение существующих барьеров реализации стратегии, уровня затрат, связанных с внедрением проекта диверсификации, достаточности ресурсов, а также потенциально возможных клиентов, ориентированных на покупку новой продукции.

Важным этапом при диверсификации интегрированных хозяйственных структур является определение возможных клиентов, которые готовы приобрести новый

продукт или услугу. Потребность покупателя будет сформирована вне зависимости от продавцов или других покупателей. Потребности продавца представлены в виде открытого предложения продажи товаров или реализации услуг. Это предложение формируется с учетом потребностей клиентов либо согласно своим предположениям об этих потребностях, а также предложений конкурентов. Покупатель же осуществляет свой выбор исходя из существующих на рынке предложений.

Для понимания того, как и для чего работает текущий процесс, выявления недостатков, дублирования и определения проблемного поля совершенствования бизнес-процессов, оказывающих влияние на реализацию диверсификации, проводится анализ бизнес-процессов предприятия по схеме, указанной на рис. 2.

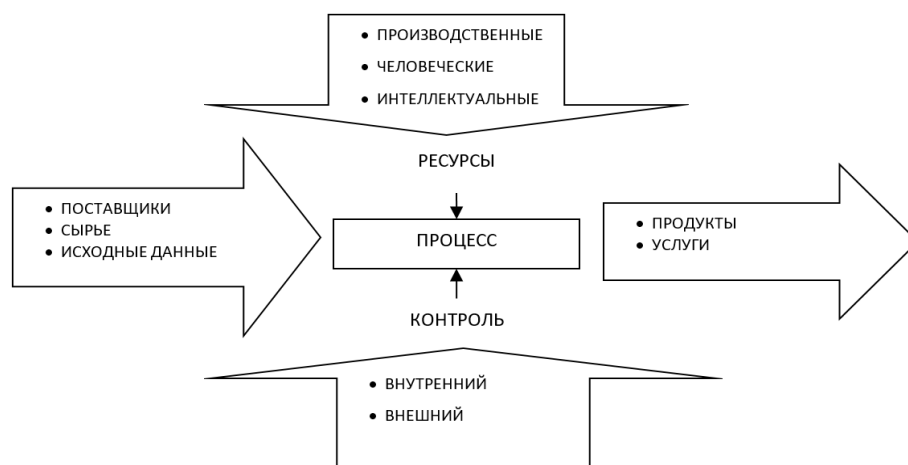


Рис. 2. Схема анализа бизнес-процесса

На первом этапе реализации диверсификации определяются характеристики продуктов и рынка сбыта, составляется матрица «товар – рынок». В этом случае целесообразно воспользоваться матрицей Ансоффа, которая позволяет разделить понятие «рынок» на существующий (на котором уже представлена компания) и новый (на котором компания не имеет никакого опыта). Также понятие «продукт» может быть разделено на уже производимый и новый. В этом случае производимый

товар уже известен на рынке, а новый – это тот, о котором у потребителей нет никакой информации. После оценки всех параметров компания выбирает стратегию развития товара либо стратегию проникновения. В случае неблагоприятной ситуации на предприятии применение стратегии диверсификации лучше отложить до момента появления подходящих условий в компании. Это связано с большими рисками при реализации диверсификации предприятия.

Оценка показателей текущей эффективности использования оборудования и помещений, а также трудовых ресурсов – необходимый этап реализации диверсификации услуг, так как именно эти показатели могут свидетельствовать об основных преимуществах предприятия, учет которых позволяет осуществить переход в новые сферы деятельности. Основными факторами эффективного использования оборудования на предприятии являются степень его эксплуатации, техническое состояние, объем производимой продукции при относительно меньших затратах ресурсов. Исследование трудовых ресурсов позволяет сократить затраты производства, определить эффективность использования труда, разработать рекомендации по повышению производительности труда.

Второй этап реализации стратегии диверсификации заключается в поиске

направлений, при которых будет осуществляться расширение бизнеса. Выбор направления должен происходить в условиях дальнейшего высокого темпа роста и отличаться благоприятным инвестиционным климатом. Чтобы определиться с выбором направления развития бизнеса, возможно привлечение других сотрудников предприятия методом организации собрания, в состав которого будут входить руководители отделов и молодые специалисты, что позволит общими усилиями выбрать наиболее оптимальное направление.

Третий этап реализации стратегии диверсификации основан на определении конкурентов и оценке общей привлекательности каждого рынка сбыта. Этапы анализа конкурентов представлены на рис. 3.



Рис. 3. Этапы анализа конкурентов

Конкурентный анализ включает в себя:

- изучение конкурентов и их потенциальных возможностей;
- определение целенаправленности конкурентов;
- оценку способности получения дополнительной прибыли;
- анализ предложений конкурентов и их положения на рынке;
- прогноз действий.

Процедуру сбора и систематизации информации о конкурирующих организациях начинают с проведения конкурентной разведки.

Конкурентная разведка – это сбор информации об объекте исследования из открытых источников, ее анализ и выработка управленческих решений в рамках закона

и с соблюдением этических норм. В рамках конкурентной разведки обычно осуществляются анализ рынка, проверка контрагентов, определение стратегии и потенциала конкурентов с целью повышения конкурентоспособности организации. Основными источниками сбора информации являются официальный сайт организации, публикации в СМИ, группы в социальных сетях, сайт государственных закупок, архив вакансий организации и т. д.

На четвертом этапе реализации диверсификации проводится сравнительный анализ силы и перспективности хозяйственных подразделений, а также ранжирование подразделений по инвестиционной приоритетности. Перспективность хо-

хозяйственных подразделений оценивается по следующим факторам:

- размер потока наличных денежных средств;
- оценка объема производства товара и прибыли от него;
- рентабельность инвестиций.

Сравнение силы хозяйственных подразделений проводится с учетом следующих компонентов:

- оценка прибыли в сравнении с конкурирующими компаниями;
- оценка конкурентоспособности по ценовому и качественному показателям;
- оценка маркетинговой деятельности на предприятии;
- оценка квалификации персонала, относящегося к производству продукции,

сравнение опыта работников по отношению к факторам успешности компании в целом.

На пятом этапе, опираясь на проведенные оценки деятельности предприятия в целом, начинается процесс разработки и реализации стратегии диверсификации.

Таким образом, всех желаемых результатов (экономического и стратегического роста, узнаваемости, поднятия рейтинга компании) можно добиться при оценке внешних и внутренних факторов, а также рыночных тенденций. Стратегия диверсификации позволяет разделять направления деятельности интегрированных хозяйственных структур с целью снижения рисков.

Список литературы

1. *Ивашковская И. В.* Финансовые измерения корпоративных стратегий. Стейкхолдерский подход : монография. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : НИЦ Инфра-М, 2019.
2. *Лузгина О. А., Семеркова Л. Н.* Диверсификация деятельности промышленного предприятия в условиях регионального рынка. – Пенза : Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2003.
3. *Немченко Г., Донецкая С., Дьяконов К.* Диверсификация производства: цели и направления деятельности // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – № 1.
4. *Эванс В.* Ключевые стратегические инструменты. 88 инструментов, которые должен знать каждый менеджер : пособие / пер. с англ. В. Н. Егорова. – 3-е изд. – М. : Лаборатория знаний, 2020.
5. *Mintzberg P.* Global S-Diversification and Diversification // California Management Review Fall. – 1994. – Vol. 3. – P. 8-27.
6. *Rumelt R. P.* Diversification Strategy and Profitability // Strategic Management Journal. – 2015. – Vol. 3. – N 4. – P. 359-369.
7. *Wang C., McLee Y.* Diversification Strategy: Themes, Concepts and Relationships // International Conference on Economics and Finance Research IPEDR. – 2011. – Vol. 4. – P. 154-159.

References

1. *Ivashkovskaya I. V.* Finansovye izmereniya korporativnykh strategiy. Steykhholderskiy podkhod, monografiya [Finance Evaluation of Corporate Strategies. Stakeholder Approach]. 2nd edition, revised and amended. Moscow, Infra-M, 2019. (In Russ.).
2. *Luzgina O. A., Semerkova L. N.* Diversifikatsiya deyatelnosti promyshlennogo predpriyatiya v usloviyakh regionalnogo rynka [Diversification of Enterprise Work in Conditions of Regional Market]. Penza, Publishing House of the Penza State University, 2003. (In Russ.).
3. *Nemchenko G., Donetskaya S., Dyakonov K.* Diversifikatsiya proizvodstva: tseli i napravleniya deyatelnosti [Diversification of Production: Goals and Lines of Work]. *Problemy*

teorii i praktiki upravleniya [Problems of Management Theory and Practice], 1998, No. 1. (In Russ.).

4. Evans V. Klyuchevye strategicheskie instrumenty. 88 instrumentov, kotorye dolzhen znat kazhdyy menedzher, posobie [Key Strategic Tools. 88 Tools that Shall be Known to each Manager: textbook], translated from English V. N. Egorov. 3th ed. Moscow, Laboratory of Knowledge, 2020. (In Russ.).

5. Mintsberg П. Global S-Diversification and Diversificat. *California Management Review Fall*, 1994, Vol. 3, pp. 8–27.

6. Rumelt R. P. Diversification Strategy and Profitability. *Strategic Management Journal*, 2015, Vol. 3, No. 4, pp. 359–369.

7. Wang C., McLee Y. Diversification Strategy: Themes, Concepts and Relationships. *International Conference on Economics and Finance Research IPEDR*, 2011, Vol. 4, pp. 154–159.

Сведения об авторе

Александр Анатольевич Бирюков
аспирант кафедры управления
и стратегического менеджмента РАНХиГС.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российская академия
народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской
Федерации», 119571, Москва,
проспект Вернадского,
д. 82, стр. 1.
E-mail: adi.andreewa2015@yandex.ru

Information about the author

Alexander A. Biryukov
Post-Graduate Student of the Department
for Management and Strategic Management
of the RANEPА.
Address: The Russian Presidential Academy
of National Economy and Public
Administration, 1 building,
82 Vernadsky Avenue, Moscow, 119571,
Russian Federation.
E-mail: adi.andreewa2015@yandex.ru



СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ВЕКТОРА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

А. Н. Иванова

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Существующие конъюнктурные условия функционирования гостиничного бизнеса оказали значительное влияние на его развитие в условиях инновационной парадигмы. Инновационная деятельность является ключевым звеном развития гостиничных предприятий в современном мире. В статье автором обосновывается актуальность использования инноваций в деятельности предприятий гостиничной индустрии, рассматривается динамика уровня инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы, исследуется структура расходов на инновационные проекты в деятельности гостиничных предприятий, проведен сравнительный анализ интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий города Москвы и ряда европейских столиц. В исследовании на основе обобщения ретроспективной статистической информации автор отмечает существенное негативное влияние пандемии на уровень инновационной активности гостиничных предприятий. Для проведения сравнительного анализа интенсивности инновационной деятельности предприятий гостиничной индустрии города Москвы рекомендуется использование коэффициента опережения/отставания, который формируется на основе сопоставления индексов роста расходов на реализацию инновационных проектов и индексов роста показателей эффективности деятельности организаций гостиничного бизнеса.

Ключевые слова: инновации, гостиничный бизнес, инновационная активность, инновационная среда, гостиничная индустрия, технологические инновации.

COMPARATIVE ANALYSIS OF IMPLEMENTING INNOVATION DEVELOPMENT VECTOR BY HOTEL ENTERPRISES IN PANDEMIC

Anna N. Ivanova

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

The current economic situation in hotel business functioning exerts serious impact on its development in conditions of innovation paradigm. Innovation of work is a key link in the development of hotel enterprises in today's world. The author grounds topicality of using innovation in the work of hotel enterprises, studies the dynamics of innovation activity level at hotel enterprises in Moscow, investigates the structure of expenses on innovation projects in the work of hotel enterprises and makes a comparative analysis of the rate of innovation activity of hotel enterprises in Moscow and some European capitals. In research materials the author on the basis of retrospective statistics underlines a serious impact of pandemic on the level of innovation at hotels. To make comparative analysis of the rate of innovation activity at hotel enterprises in Moscow the author recommends using the coefficient of advancing /retarding, which is formed on the basis of comparing the index of expense growth on implementing innovation projects and the index of efficiency indicator growth of hotel enterprises.

Keywords: innovation, hotel business, innovation activity, innovation environment, hotel industry, technological innovation.

Пандемия COVID-19 является важнейшим фактором, лимитирующим деятельность предприятий гостиничного бизнеса. Основными отрицательными эффектами пандемии стали радикальное падение туристского потока и уменьшение уровня деловой активности, которые существенно снизили спрос на услуги предприятий гостиничной индустрии. Отмеченные особенности потребительской среды привели к сокращению доходов гостиничного бизнеса в целом и уменьшили их инновационный потенциал, так как внедрение любых инноваций требует определенных инвестиционных вложений, которые в первую очередь аккумулируются за счет доходной базы экономического субъекта.

В допандемийный период существовал устойчивый тренд повышения уровня инновационной активности предприятий гостиничной индустрии как в общемировом масштабе, так и в России. Наиболее интенсивно внедряли инновации гостиничные организации, расположенные в крупных туристических и деловых центрах, что обусловлено повышенным потребительским спросом на них именно в данных локациях. Большая часть экспертов, высказывающих свое мнение в научной среде в области консалтинга и гостиничной индустрии [3; 5; 7], делают вывод о восстановлении мирового хозяйства и туристической индустрии в среднесрочной перспективе. Мы разделяем позицию, что при существующих темпах вакцинации и интенсивности противодействия COVID-19 период полного восстановления функционирования предприятий гостиничной индустрии составит пять лет. Данный период будет обусловлен растущим спросом на услуги гостиничных предприятий, завоевание которого может стать основой для расширения рыночных сегментов экономических субъектов. В этой связи важным фактором достижения успеха в конкурентной борьбе является внедрение инновационных технологий и сервисов в процессы предоставления гостиничных услуг.

С учетом сказанного менеджмент гостиничных предприятий должен активно внедрять инновационные технологии с целью обеспечения необходимого уровня конкурентоспособности и расширения своего рыночного сегмента.

Проведем сравнительный анализ реализации вектора инновационного развития гостиничных предприятий в условиях пандемии. Достижение поставленной цели происходит в результате решения следующего перечня задач:

- обосновать актуальность использования инноваций в деятельности предприятий гостиничной индустрии;
- рассмотреть динамику уровня инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы;
- исследовать структуру расходов на инновационные проекты в деятельности гостиничных предприятий города Москвы;
- выполнить сравнительный анализ интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий Москвы и ряда европейских столиц.

Для решения поставленных задач был использован верифицированный научно-методический аппарат. В процессе выполнения работы применялись методы выборочного наблюдения и экономического анализа статистического массива данных, позволившие провести оценку влияния пандемии на функционирование предприятий гостиничного бизнеса. С помощью методов научного анализа, синтеза и обобщения сформирован системный механизм управления инновационной активностью предприятий сферы гостеприимства, позволяющий расширить возможности гостиничного менеджмента в данном направлении деятельности. Весь спектр сделанных выводов опирается на изучение емкого научного материала и результатов исследований других авторов, а также на итоги аналитических расчетов.

Использование инноваций в деятельности гостиничных предприятий имеет крайне важное значение для решения це-

лого комплекса задач, что обуславливает их актуальность для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности.

Необходимость использования инноваций в деятельности организаций гостиничной индустрии характеризуется следующими аспектами:

- инновации повышают качество предоставления гостиничных услуг и расширяют емкость удовлетворения потребностей клиентов;
- внедрение инноваций умножит возможности гостиничных сервисов, что повысит скорость и интенсивность обслуживания клиентов;
- инновации формируют единый механизм прямых и обратных коммуникаций сервисной системы гостиничного предприятия и клиента;
- инновации генерируют новые опции системы гостиничного обслуживания, ко-

торые становятся все более актуальными в условиях тотальной цифровизации бизнес-процессов и коммуникационных взаимоотношений;

– инновации выступают ключевым фактором повышения конкурентоспособности и расширения рыночного сегмента гостиниц за счет завоевания дополнительных потребительских предпочтений.

Важной характеристикой инновационной деятельности гостиничных предприятий является динамика коэффициента инновационной активности. В статье используется авторская методика определения величины коэффициента инновационной активности [3. – С. 89]. На основе указанной методики на рис. 1 представлены результаты расчета коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы.

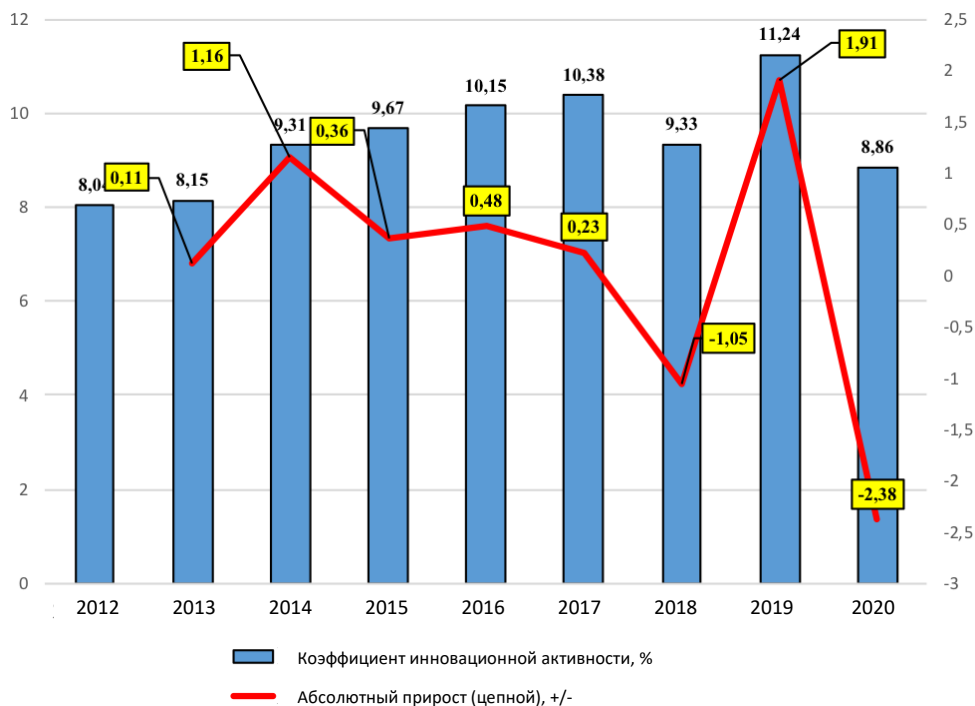


Рис. 1. Динамика коэффициента инновационной активности предприятий гостиничного бизнеса города Москвы

Анализ показателей, представленных на рис. 1, позволяет сделать вывод о существенном негативном влиянии пандемии

на уровень инновационной активности гостиничных организаций столицы. Данный факт находит свое подтверждение в

динамике коэффициента инновационной активности предприятий гостиничной индустрии города Москвы. В период 2012–2017 гг. происходит устойчивый рост коэффициента инновационной активности. Наибольший прирост данного показателя отмечается в 2014 г. по сравнению с 2013 г. на 1,16%. Падение коэффициента инновационной активности в 2018 г. по сравнению с 2017 г. на 1,05% обусловлено особенностями методики его расчета, в рамках которой резкий рост объема предоставленных гостиничных услуг по сравнению с динамикой инновационных расходов приводит к уменьшению данного показателя. В 2018 г. в Москве за счет проведения чемпионата мира по футболу произошел значительный рост стоимости предоставленных гостиничных услуг, который и привел к сокращению коэффициента инновационной активности. В 2019 г. по сравнению с 2018 г. величина коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы выросла на 1,91%. В данном случае можно говорить об отложенном инновационном эффекте, т. е. той ситуации, когда часть финансовых ресурсов, аккумулированных гостиничными предприятиями столицы при проведении чемпионата мира по футболу в 2019 г., была использована на разработку и реализацию инновационных проектов.

В 2020 г. по сравнению с 2019 г. наблюдалось значительное уменьшение коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы. Определяющим фактором отмеченного явления стала пандемия, следствием которой стало радикальное снижение туристской и деловой активности. Анализ статистического материала позволяет сделать вывод, что в 2020 г. по сравнению с 2019 г. коэффициент инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы сократился на 2,38%. Данный факт обусловлен значительным уменьшением ин-

новационного потенциала организаций гостиничной индустрии столицы и ведет к снижению их конкурентоспособности.

Для решения стоящих в рамках данной работы задач требуется проведение сравнительного анализа интенсивности инновационной деятельности предприятий гостиничной индустрии города Москвы. В качестве базы для выполнения сравнения будут использованы аналогичные показатели деятельности гостиничных предприятий ряда европейских столиц. Одной из проблем проводимых расчетов является несопоставимость стоимостных валютных показателей. С целью решения данной проблемы рекомендуется использование коэффициента опережения/отставания, который формируется на основе сопоставления индексов роста расходов на реализацию инновационных проектов и индексов роста показателей эффективности деятельности организаций гостиничного бизнеса. Авторская методика расчета коэффициента опережения/отставания имеет следующий вид:

$$K_{\text{оп/от}} = I_{\text{и.р}} / I_{\text{RevPAR}},$$

где $K_{\text{оп/от}}$ – коэффициент опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности;

$I_{\text{и.р}}$ – индекс инновационных расходов, который представляет собой отношение суммы инновационных расходов в текущем периоде к величине инновационных расходов прошлого периода;

I_{RevPAR} – индекс доходности деятельности предприятий гостиничной индустрии, который представляет собой отношение показателя эффективности RevPAR текущего периода к аналогичному показателю прошлого периода.

На основе предложенной авторской методики в таблице представлены результаты расчета коэффициента опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности.

**Динамика коэффициента опережения/отставания интенсивности
инновационной деятельности**

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020
<i>Москва</i>					
Доходность гостиничного номера (показатель RevPAR), тыс. руб.	4,83	4,78	6,82	5,27	2,53
Индекс доходности (I_{RevPAR})	-	0,990	1,427	0,773	0,480
Расходы на инновации, млн руб.	4 883,2	5 312,8	5 813,7	6 013,5	3 517,3
Индекс инновационных расходов ($I_{и.р}$)	-	1,088	1,094	1,034	0,585
Коэффициент опережения/отставания ($K_{оп/от}$)	-	1,099	0,767	1,339	1,218
Абсолютный прирост, +/-	-	-	-0,332	0,572	-0,120
<i>Париж</i>					
Доходность гостиничного номера (показатель RevPAR), долл.	123,3	132,7	145,8	159,9	174
Индекс доходности (I_{RevPAR})	-	1,076	1,099	1,097	0,109
Расходы на инновации, млн долл.	1 151,9	1 509,3	1 932,8	3 399,5	587,3
Индекс инновационных расходов ($I_{и.р}$)	-	1,310	1,281	1,759	0,173
Коэффициент опережения/отставания ($K_{оп/от}$)	-	1,217	1,166	1,604	1,588
Абсолютный прирост, +/-	-	-	-0,052	0,438	-0,016
<i>Лондон</i>					
Доходность гостиничного номера (показатель RevPAR), долл.	152,3	165,9	177,8	185,8	53,1
Индекс доходности (I_{RevPAR})	-	1,089	1,072	1,045	0,286
Расходы на инновации, млн долл.	2 891,8	3 758,3	4 837,4	6 537,3	2 357,8
Индекс инновационных расходов ($I_{и.р}$)	-	1,300	1,287	1,351	0,361
Коэффициент опережения/отставания ($K_{оп/от}$)	-	1,193	1,201	1,293	1,262
Абсолютный прирост, +/-	-	-	0,008	0,092	-0,031
<i>Стамбул</i>					
Доходность гостиничного номера (показатель RevPAR), долл.	50,3	55,1	57,8	61,3	21,3
Индекс доходности (I_{RevPAR})	-	1,095	1,049	1,061	0,347
Расходы на инновации, млн долл.	887,4	953,2	1 038,8	1 391,8	571,5
Индекс инновационных расходов ($I_{и.р}$)	-	1,074	1,090	1,340	0,411
Коэффициент опережения/отставания ($K_{оп/от}$)	-	0,981	1,039	1,263	1,182
Абсолютный прирост, +/-	-	-	0,058	0,224	-0,082

* Составлено по: [1-3; 5-7].

На основе выполненных расчетов можно сделать вывод о том, что уровень интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий города Москвы в 2020 г. уменьшается по сравнению с 2019 г. Выявленное обстоятельство обусловлено негативным влиянием пандемии. В 2020 г. по сравнению с 2019 г. коэффициент опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий города Москвы сократился на 0,12. При этом стоит отметить, что в организациях гостиничного бизнеса Парижа, Лондона и Стамбула величина данного показателя уменьшается менее значительно. В частности, в 2020 г. по сравнению с 2019 г. коэффициент опережения/отставания интенсивности инно-

вационной деятельности гостиничных предприятий Парижа уменьшился на 0,016, Лондона - на 0,031, Стамбула - на 0,082. Данный факт свидетельствует о том, что менеджмент гостиничных предприятий зарубежных стран даже в условиях экономического кризиса старается реализовывать инновационные проекты, осознавая их неотъемлемую актуальность для обеспечения необходимого уровня конкурентоспособности. Для наглядности сравнительной оценки на рис. 2 представлена динамика коэффициентов опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий.

Результаты выполненной сравнительной оценки показывают, что коэффициен-

ты опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий города Москвы меньше

аналогичных показателей Парижа, Лондона и Стамбула.

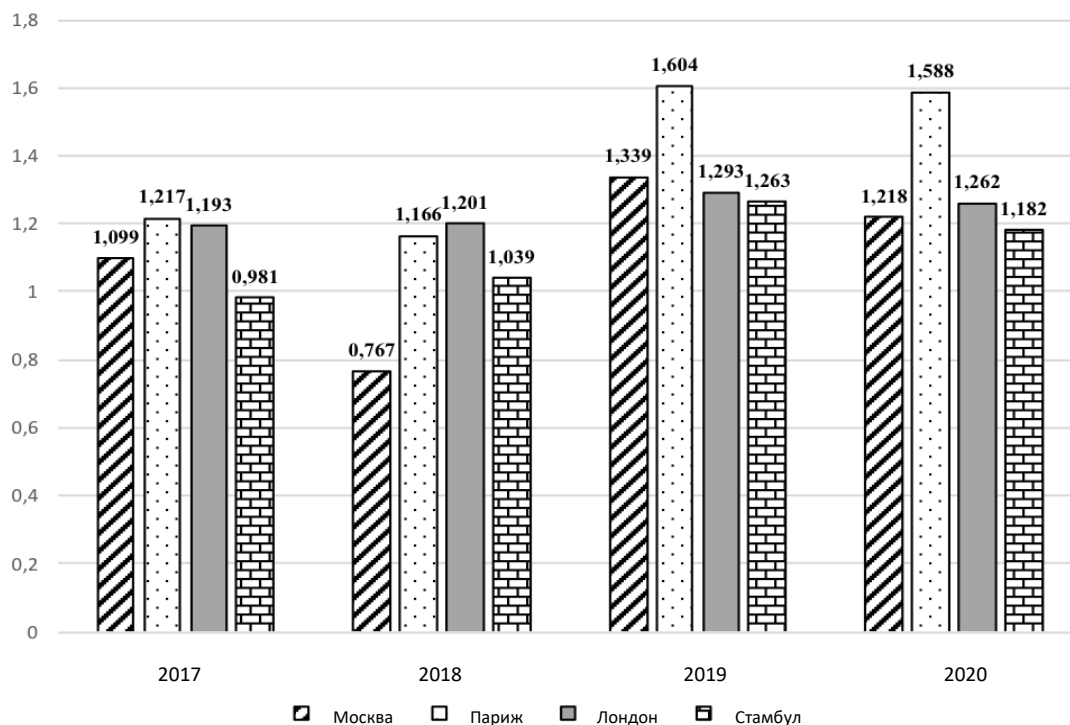


Рис. 2. Динамика коэффициентов опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий

Таким образом, инновационные процессы в организациях гостиничной индустрии в указанных городах происходят более интенсивно. При восстановлении рынка туристской индустрии и делового климата данные гостиничные предприятия будут обладать дополнительными конкурентными преимуществами. С учетом сказанного для повышения инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы рекомендуется разработать и внедрить комплекс организационно-экономических мероприятий. В обстановке макроэкономических изменений и структурных преобразований, происходящих в экономике Российской Федерации, только использование программно-целевого метода позволит обеспечить условия для осуществления высокоэффективной политики, направленной на повышение инновационного потенциала и

усиление инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы. Использование программно-целевого подхода для решения проблем в области организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий позволит организовать межведомственное и кооперационное взаимодействие различных министерств, ведомств и предприятий гостиничного бизнеса, а также внедрить системную компоненту для комплексного повышения объемов роста гостиничных услуг при применении инновационных технологий и сервисов. Кроме того, внедрение программно-целевого подхода в деятельность органов государственной и муниципальной власти города станет триггером роста инновационно-инвестиционной активности предприятий гостиничной индустрии.

В целом можно сделать вывод, что координация элементов организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий Москвы, в том числе общего ресурсного потенциала данного механизма, может быть достигнута только в рамках применения программно-целевого подхода.

Список литературы

1. Бурменко Т. Д., Похомчикова Е. О. Методические рекомендации по оценке инновационной активности предприятий индустрии гостеприимства // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2015. – Т. 25. – № 6. – С. 968–979.
2. Ганичева У. Д., Литвинова Н. П. Инновации в гостиничном бизнесе // Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика : монография / под науч. ред. Д. И. Валигурского. – Т. 3. – М. : Дашков и К, 2020. – С. 291–294.
3. Иванова А. Н. Показатели инновационного развития предприятий гостиничного бизнеса в России // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2020. – № 4 (114). – С. 86–92.
4. Левченко Т. П., Вареникова В. А. Управление инновационной активностью организаций туристско-рекреационной сферы : монография. – М. : Бук, 2018.
5. Петропавловская А. В. Инновации в сфере гостеприимства // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 2. – С. 15–18.
6. Печерица Е. В. Теоретические и практические аспекты внедрения инноваций в туризме и гостиничном бизнесе // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2016. – Т. 1. – № 2. – С. 34–41.
7. Романова М. М., Ла Х. И. Формирование стратегии развития гостиничного предприятия в условиях нестабильности и наличия высоких внешнеэкономических рисков // Научный вестник МГИФКСиТ. – 2020. – № 3 (65). – С. 69–75.
8. Dzhandzhugazova E. A., Zhubreva T. V., Ivanova A. N., Savinkina L. A. Innovative Activity as a Tool for the Development of Industries in Russia (on the Example of Tourism and Hospitality Industry) // International Journal of Applied Exercise Physiology. – 2019. – Vol. 8. – N 2.1. – P. 610–614.
9. Metcalfe J. S. Enterprise, Innovation and Evolutionary Economic Growth // OECD-UNESCO International Workshop on Innovation for Development: Converting Knowledge to Value. – Paris, 2009. – P. 23–27.

References

1. Burmenko T. D., Pokhomchikova E. O. Metodicheskie rekomendatsii po otsenke innovatsionnoy aktivnosti predpriyatiy industrii gostepriimstva [Methodological Recommendations for Assessing the Innovative Activity of Enterprises in the Hospitality Industry]. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii* [Proceedings of the Irkutsk State Academy of Economics], 2015, Vol. 25, No. 6, pp. 968–979. (In Russ.).
2. Ganicheva U. D., Litvinova N. P. Innovatsii v gostinichnom biznese [Innovations in the Hotel Business]. *Torgovoe delo: kommertsiya, marketing, menedzhment. Teoriya i praktika, monografiya* [Trade Business: Commerce, Marketing, Management. Theory and Practice, monograph], edited by D. I. Valigurskiy. Vol. 3. Moscow, Dashkov i K, 2020, pp. 291–294. (In Russ.).
3. Ivanova A. N. Pokazateli innovatsionnogo razvitiya predpriyatiy gostinichnogo biznesa v Rossii [Indicators of Innovative Development of Hotel Business Enterprises in Russia].

Regionalnye problemy preobrazovaniya ekonomiki [Regional Problems of Economic Transformation], 2020, No. 4 (114), pp. 86–92. (In Russ.).

4. Levchenko T. P., Varenikova V. A. *Upravlenie innovatsionnoy aktivnostyu organizatsiy turistsko-rekreatsionnoy sfery, monografiya* [Management of Innovative Activity of Organizations of the Tourist and recreational Sphere, monograph]. Moscow, Buk, 2018. (In Russ.).

5. Petropavlovskaya A. V. *Innovatsii v sfere gostepriimstva* [Innovations in the Field of Hospitality]. *Innovatsii i investitsii* [Innovation and investment], 2020, No. 2, pp. 15–18. (In Russ.).

6. Pecheritsa E. V. *Teoreticheskie i prakticheskie aspekty vnedreniya innovatsiy v turizme i gostinichnom biznese* [Theoretical and Practical Aspects of Innovation Implementation in Tourism and Hotel Business]. *Fizicheskaya kultura. Sport. Turizm. Dvigatel'naya rekreatsiya* [Physical Culture. Sport. Tourism. Motor Recreation], 2016, Vol. 1, No. 2, pp. 34–41. (In Russ.).

7. Romanova M. M., La Kh. I. *Formirovanie strategii razvitiya gostinichnogo predpriyatiya v usloviyakh nestabilnosti i nalichiya vysokikh vneshneekonomicheskikh riskov* [Formation of the Development Strategy of the Hotel Enterprise in Conditions of Instability and a High Foreign Trade Risks]. *Nauchnyy vestnik MGIFKSiT* [Scientific Herald Giftset], 2020, No. 3 (65), pp. 69–75. (In Russ.).

8. Dzhandzhugazova E. A., Zhubreva T. V., Ivanova A. N., Savinkina L. A. *Innovative Activity as a Tool for the Development of Industries in Russia (on the Example of Tourism and Hospitality Industry)*. *International Journal of Applied Exercise Physiology*, 2019, Vol. 8, No. 2.1, pp. 610–614.

9. Metcalfe J. S. *Enterprise, Innovation and Evolutionary Economic Growth. OECD-UNESCO International Workshop on Innovation for Development: Converting Knowledge to Value*. Paris, 2009, pp. 23–27.

Сведения об авторе

Анна Николаевна Иванова

соискатель кафедры индустрии
гостеприимства, туризма и спорта
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,
Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: 4466555@mail.ru

Information about the author

Anna N. Ivanova

Candidate of the Department
for Hospitality Industry, Tourism and Sports
of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: 4466555@mail.ru

ИННОВАЦИОННЫЙ И КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ НАПРАВЛЕННОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Е. М. Моргунова

Научно-практический центр Национальной академии наук
Беларуси по продовольствию, Минск, Беларусь

С. А. Кондратенко

Институт системных исследований в АПК
Национальной академии наук Беларуси, Минск, Беларусь

В статье представлены ключевые тренды развития пищевой промышленности в мире, выявлены подходы к обеспечению инновационных направлений научных исследований в Европейском союзе и других странах с высоким уровнем обеспеченности продовольственной безопасности. Рассматриваются теоретические и методологические аспекты инновационного потенциала и конкурентоспособности обогащенной и специализированной пищевой продукции. Выявлена необходимость разработки и внедрения научно обоснованной методологии и информационного обеспечения анализа, оценки и прогнозирования конкурентоспособности товаропроизводителей и отдельных видов продукции, учитывающих динамичное развитие технологий и инноваций на рынке обогащенной и специализированной продукции, работу по улучшению свойств продукции и рациональному удовлетворению потребительских предпочтений. Авторами обоснованы принципы эффективного инновационного развития предприятий пищевой промышленности, включая комплексную реализацию инновационного потенциала, всестороннее и системное использование всех типов инноваций, оптимизацию использования материальных и трудовых ресурсов, устойчивый доступ субъектов хозяйствования к рыночным данным и результатам маркетинговых исследований, гарантирование физической и ценовой доступности инновационных продуктов питания для всех категорий населения. Обозначены основные механизмы их реализации на основе стратегического партнерства субъектов в технологической цепочке создания продуктов питания высокого качества.

Ключевые слова: инновации, качество, инвестиции, приоритеты, конкурентоспособность, специализированные продукты, обогащенные пищевые продукты, пищевая промышленность.

INNOVATIVE AND COMPETITIVE POTENTIAL OF TARGETED EFFECTIVENESS FOODS

Alena M. Marhunova

Scientific and Practical Center of the National Academy of Sciences
of Belarus for Food, Minsk, Belarus

Svetlana A. Kondratenko

Institute for System Research in Agroindustrial Complex
of the National Academy of Sciences of Belarus, Minsk, Belarus

The article provides key trends of developing food industry in the world, shows approaches to supporting innovation lines in academic research in the EU and other countries with high level of food security. Theoretical and methodological aspects of the innovative potential and competition in enriched and specialty foods are discussed. The authors show the necessity to develop and introduce scientifically grounded methodology and information support of analyzing, evaluating and forecasting the competitiveness of manufacturers and certain types of produce, which take into account the dynamic development of technologies and innovation on market of enriched and specialty produce and steps aimed at improving the product properties and rational satisfaction of customer preferences. The authors substantiate principles of effective innovation development of enterprises of food industry, including complex realization of innovative potential, detailed and systematic use of all types of innovation,

optimization of material and labour use, stable access of economic entities to market data and results of marketing research, guarantee of physical and price accessibility of innovation foods for all categories of the population. Principle mechanisms of their implementation are grounded on the basis of strategic partnership between entities in the technological chain of developing foods of high quality.

Keywords: innovation, quality, investment, priorities, competitiveness, specialty foods, enriched foods, food industry.

Приоритетные направления инноваций в пищевой промышленности Республики Беларусь в полной мере учитывают мировые тенденции рынка продовольствия и инструменты наращивания конкурентных преимуществ со стороны ведущих экспортеров. На основании проведенного анализа отечественных и зарубежных публикаций [7; 9; 11; 13] выявлены наиболее значимые тенденции в производстве новых продуктов питания в мире:

1. Наблюдается повышенный спрос на продукты питания и напитки, которые поддерживают иммунную систему, улучшают здоровье, что связано с влиянием глобальной пандемии. Маркетинговые исследования свидетельствуют, что около 50% потребителей предпочитают продукты и напитки с добавленной полезностью, 31% – продукты специального назначения или обогащенные, предназначенные для улучшения здоровья. Основными трендами в пищевой промышленности являются продукты, которые помогают решить определенные метаболические проблемы, регулируют вес и поддерживают иммунную систему, что способствует развитию инноваций в области создания и продвижения продуктов питания и напитков с учетом индивидуальных особенностей и исследований микробиома.

Так, например, в 2016 г. компания PepsiCo приобрела производителя напитков компанию KeVita и запустила линейку пробиотиков, благодаря которой живые микроорганизмы попали в основной ряд соков. А венчурное подразделение General Mills финансирует стартап по производству ферментированных и пробиотических продуктов.

2. В пищевой индустрии востребованы белковые продукты на растительной осно-

ве, являющиеся альтернативной заменой животным белкам (морепродукты, моллюски, овощные сыры и др.). Согласно данным Nielsen и SPINS, общий объем рынка продуктов питания на растительной основе составляет более 4,1 млрд долларов. Продажи альтернативного мяса на растительной основе составляют 670 млн долларов (менее 1% от общего розничного рынка мяса).

3. Доступ к инновациям и новым быстрорастущим рынкам способствует росту числа слияний и поглощений крупных производителей: Conagra Brands удвоила свое присутствие в замороженных продуктах, купив Pinnacle Foods на 10,9 млрд долларов; Campbell Soup приобрела за 5 млрд долларов гиганта снеков Snyder's-Lance; Coca-Cola приобрела британскую сеть Costa Coffee за 5,1 млрд долларов, а также миноритарный пакет акций BodyArmor.

4. Устойчивые методы ведения бизнеса в пищевой промышленности являются одним из основных условий получения конкурентных преимуществ и увеличения прибыли. Компании Mars, PepsiCo, Coca-Cola, Unilever и Walmart объявили о своих обязательствах в области устойчивого развития, сосредоточив внимание на процессах производства и решении возникающих экологических проблем, связанных с технологическими аспектами.

Глобальные продажи здоровой еды и напитков в 2020 г. (по данным Нильс-Геррит Вунш, Statista) по категориям распределяются следующим образом: натуральные здоровые продукты – 259 млрд долларов, функциональные – 267 млрд долларов, органические – 105 млрд долларов.

5. Расширяется рынок пищевых добавок, которые позиционируются как функциональные ингредиенты. Пищевые до-

бавки в большинстве имеют растительную основу и удовлетворяют стремление потребителей к натуральным продуктам, особенно когда речь идет о функциональных лечебных свойствах. Рынок пищевых добавок Италии оценивается в 1 601,5 млн евро; России – 1 079,9; Германии – 967,2; Великобритании – 755,2; Украины – 87,1; Беларуси – 17,2 млн евро.

В целом рынок функциональных продуктов питания вырастет примерно с 300 млрд долларов в 2017 г. до более 440 млрд долларов в 2022 г. Совокупный годовой прирост рынка функциональных продуктов по всему миру составляет 6% в год, в том числе безглютенных – значи-

тельно расширится к 2025 г. с 5,6 млрд до 8,3 млрд долларов.

Установлено, что инновации становятся ключевым фактором конкуренции на рынке готового продовольствия. Так, по данным Faostat, по итогам 2019 г. расходы на НИОКР Nestle составили 1 832,3 млн евро, Unilever – 840,0; Vilmorin – 379,1; Danone – 351,0; Mondelez – 312,4; Kerry – 307,9; Meiji – 256,5; Ajinomoto – 225,1; KWS SAAT – 205,6; General Mills – 199,8; Archer Daniels Midland – 137,1; Kellogg – 128,2; Arla Foods – 118,0; Tongwei – 114,2; Rijk Zwaan Top Holding – 109,3; Fonterra CO-operative – 105,5; Kraft Heinz Company – 99,7 млн евро (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Показатели расходов на НИОКР мировых производителей продуктов питания в 2019 г.*

Место в рейтинге	Компания	Страна	Расходы на НИОКР, млн евро	Интенсивность НИОКР, %	Капитальные затраты, млн евро	Интенсивность капитальных затрат, %
87	Nestle	Швейцария	1 832,3	2,2	3 397,2	4,0
198	Unilever	Великобритания	840,0	1,6	1 316,0	2,5
386	Vilmorin	Франция	379,1	27,3	42,1	3,0
413	Danone	Франция	351,0	1,4	951,0	3,8
450	Mondelez	США	312,4	1,4	823,4	3,6
457	Kerry	Ирландия	307,9	4,3	258,9	3,6
535	Meiji	Япония	256,5	2,5	556,5	5,4
597	Ajinomoto	Япония	225,1	2,5	601,2	6,7
641	KWS SAAT	Германия	205,6	18,5	86,7	7,8
651	General Mills	США	199,8	1,3	410,2	2,6
887	Archer Daniels Midland	США	137,1	0,2	737,0	1,3
944	Kellogg	США	128,2	1,1	521,6	4,3
1 010	Arla Foods	Дания	118,0	1,1	425,0	4,0
1 045	Tongwei	Китай	114,2	2,5	536,1	11,6
1 082	Rijk Zwaan Top Holding	Нидерланды	109,3	24,9	-	-

* Составлено по данным официального сайта Европейской комиссии.

Основные инструменты политики Европейского союза в области инноваций в агропродовольственной сфере включают [8; 10; 12; 14]:

– форум высокого уровня по улучшению функционирования цепочки поставок продуктов питания (представляет общеевропейскую платформу для обсуждения вопросов конкурентоспособности и

инноваций, устойчивости, создания стоимости и улучшения торговых отношений);

– государственные закупки инновационных решений (используются для внедрения инноваций, которые уже находятся на рынке и не требуют новых исследований, способствуют широкому распространению инновационных решений на рынке);

– предварительные коммерческие закупки (государственные закупщики покупают НИОКР у нескольких конкурирующих поставщиков, чтобы сравнить альтернативные подходы к решениям и определить оптимальные решения по соотношению цены и качества, которые рынок может предоставить для удовлетворения их потребностей);

– перспективную стратегию (дорожную карту) закупок инноваций (позволяет государственному сектору модернизировать общественные услуги, создавая возможности для европейских компаний занимать лидирующие позиции на новых рынках);

– финансирование новаторов (объединяет несколько схем финансирования инноваций, среди которых гранты, подтверждающие концепцию; инструменты финансирования и консультационные услуги Европейского инвестиционного банка; Европейский фонд стратегических инвестиций; программа фонда венчурного капитала; программа по конкурентоспособности предприятий) и др.

В целом несомненный интерес представляет опыт ЕС в построении инновационной системы, когда применяются дифференцированный подход и алгоритмы финансирования и реализации инновационных проектов, требующих НИР (НИОКР); практически готовых инновационных рыночных решений, требующих массового внедрения; стартапов.

Анализ некоторых перспективных проектов инновационных исследований и разработок в интересах пищевой промышленности Европейского союза позволил выявить следующие их особенности (табл. 2):

– инновационные разработки, организованные и финансируемые на наднациональном уровне, носят комплексный междисциплинарный характер, а также ориентированы на решение крупных задач, требующих консолидации ресурсов государств-членов;

– выполнение проектов предусматривает привлечение соисполнителей из всех

заинтересованных научных, образовательных и производственных учреждений, имеющих наработки в предметной инновационной области;

– значительная часть работ направлена на развитие общей инновационной исследовательской инфраструктуры для нужд пищевой индустрии и продовольственной безопасности (объекты метрологических услуг, безопасности, прослеживаемости агропродовольственных систем).

Инновационная политика Республики Беларусь является составной частью национальной социально-экономической политики и представляет собой совокупность методов воздействия государства на производство с целью выпуска новых видов продукции и разработки новых технологий, а также расширения рынков сбыта отечественной продукции [1].

Важность инновационного развития предприятий пищевой промышленности для экономики Республики Беларусь отражена в нормативно-правовых актах и законодательных документах. С учетом норм законодательства и стратегических документов Республики Беларусь (Закона Республики Беларусь от 10 июля 2012 г. «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь», Закона Республики Беларусь от 19 января 1993 г. «Об основах государственной научно-технической политики», Указа Президента Республики Беларусь от 27 мая 2019 г. № 197 «О научной, научно-технической и инновационной деятельности») разработана Концепция Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы. Законодательство об инновационной деятельности строится вокруг базового понятия «инновация», т. е. введенной в гражданский оборот или используемой для собственных нужд новой или усовершенствованной продукции, технологии или новой услуги, организационно-технического решения производственного, административного, коммерческого или иного характера.

Проекты инновационных исследований и разработок в интересах пищевой промышленности ЕС, 2020–2021 гг.*

Проект	Сущность	Методология
Интеллектуальные технологии для персонализированного питания и взаимодействия с потребителями	Цель – создать комплексную услугу Smart Personalized Nutrition, основанную на использовании цифровых мобильных технологий. Индивидуализированное производство продуктов питания, которое оптимизирует активность кишечной микробиоты и улучшает здоровье человека	Консорциум Stance4Health состоит из 19 партнеров из 8 европейских стран (Испания, Германия, Дания, Великобритания и др.). Шесть малых и средних предприятий будут отвечать за разработку и будущую коммерциализацию новой услуги SPN, включая: <ul style="list-style-type: none"> • 2 новых приложения для персонализированного питания, мобильное устройство для ежедневного анализа состава тела; • 9 специально разработанных продуктов из злаков для уязвимых групп потребителей (избыточный вес, целиакия, пищевая аллергия); • 6 индивидуальных диетических добавок; • 1 нутрицевтический и 1 диагностический тест in vitro для контроля микробиоты кишечника
Интегрированная система на основе фоновых микрорезонаторов и микрофлюидных компонентов для быстрого обнаружения токсинов в молоке и молочных продуктах	Цель – создать автоматизированную систему отбора проб и анализа, которая будет использоваться онлайн при анализе опасностей и критических контрольных точек (НАССР). В молочной промышленности одной из самых неудобовлетворенных потребностей является своевременное обнаружение микотоксинов из кормов для животных	Доступная технология обнаружения афлатоксина лабораторная, требует подготовки проб, не обеспечивает своевременное определение канцерогена, рентабельное управление зараженным молоком. Проект направлен на преодоление этих ограничений путем интеграции разнородных технологий в миниатюрную интеллектуальную систему, которая будет выполнять недорогое обнаружение афлатоксина в молоке и предотвращать заражение молочных продуктов. Система станет прорывом для молочной промышленности, ведущим к точному управлению процессами
Подготовительный этап проекта METROFOOD-RI. Новая исследовательская инфраструктура в поддержку продуктов питания и питания	Цель – развитие организационных, операционных и стратегических рамок инфраструктуры для продвижения метрологии в пищевых продуктах и питании с особым упором на качество, безопасность, прослеживаемость и устойчивость агропродовольственных систем	Предоставляет высококачественные метрологические услуги в области пищевых продуктов и питания, охватывая важное из междисциплинарных и взаимосвязанных областей по всей цепочке создания стоимости пищевых продуктов, включая устойчивое развитие, безопасность пищевых продуктов, качество, прослеживаемость и аутентичность, экологическую безопасность и безопасность человека, здоровье. Мероприятия включают правовые, управленческие, финансовые, технические, стратегические и административные аспекты, операции и операционные стандарты, долгосрочные мероприятия
Снижение барьеров здоровому питанию детей	Цель – поиск новых способов решения обостряющейся проблемы ожирения путем пропаганды здорового питания с детства	Основываясь на отношениях сенсорного восприятия, удовольствия, выбора пищи и пищевого поведения, проект будет искать новые подходы, чтобы побудить детей любить и активно выбирать здоровую пищу, развивая более здоровые привычки. Программа обучения включает междисциплинарную научную подготовку в области естественных и социальных наук, прикомандирование в академические и неакадемические организации, а также курсы передаваемых навыков, способствующие научному общению и информационно-просветительской работе. Проект пойдет дальше классического «учить детей здоровому образу жизни», сосредоточив внимание на социальных взаимодействиях, изучении сенсорных и несенсорных параметров, а также использовании положительных сенсорных характеристик пищи

* Составлено по данным официального сайта Европейской комиссии.

Термин «новшество» определяется как научное знание, обладающее новыми или существенно отличающимися от существующих решениями. Новшество можно рассматривать как результат интеллектуальной деятельности (новое знание, техническое или иное решение, экспериментальный или опытный образец и др.), обладающий признаками новизны по сравнению с существующими аналогами для определенного сегмента рынка, практической применимости, способный принести положительный экономический или иной полезный эффект при создании на его основе новой или усовершенствованной продукции, новой или усовершенствованной технологии, новой услуги, нового организационно-технического решения.

Инновационная деятельность представляет собой преобразование новшества в инновацию. Государственная инновационная политика реализуется через комплекс организационных, экономических и правовых мер, направленных на регулирование инновационной деятельности.

Государственная программа инновационного развития определяет главным направлением инновационного развития Республики Беларусь внедрение высоких технологий, обладающих наибольшей добавленной стоимостью, низкой энерго- и материалоемкостью, способствующих созданию новых видов товаров и услуг, новейших экологически безопасных (чистых) материалов и продуктов, а также обеспечивающих производство традиционных товаров и услуг с новыми свойствами и параметрами, недостижимыми в рамках предыдущих технологических укладов. Одной из основных задач государственной программы инновационного развития Республики Беларусь является создание импортозамещающей, конкурентоспособной на мировом рынке, наукоемкой, социально ориентированной продукции.

В качестве основных предпосылок инновационного развития предприятий пищевой промышленности выступают такие направления, как:

– технологическая модернизация, предполагающая установку современного технологического оборудования и линий V и VI поколений, которые обладают низкой энергоемкостью, способствующие глубокой переработке сырья, сохранению качества и свойств продукта;

– внедрение современных методов и технологий оценки качества и безопасности продуктов питания, соответствующих нормам и требованиям рынка Евразийского экономического сообщества;

– совершенствование коммуникативной политики предприятия, предполагающее применение современных маркетинговых инструментов продвижения продуктов питания, в том числе и инновационных продуктов питания на рынок;

– научное сопровождение всех этапов реализации инновационной деятельности предприятиями промышленности: от разработки пищевого продукта до обоснования экономической эффективности его реализации на рынке;

– проведение сегментирования рынка инновационных продуктов питания, закрепление разработанных подходов в нормативной документации и разработка соответствующих методических рекомендаций для товаропроизводителей и торговли с учетом мировой практики;

– развитие рыночной инфраструктуры и товаропроводящей сети рынка инновационных продуктов;

– осуществление систематического мониторинга отношения и предпочтений потребителей рынка инновационных продуктов питания [4–6].

Установлено, что новые технологии позволяют выпускать более качественную продукцию и снижать издержки; производство и реализация инновационных товаров дают возможность получать дополнительную прибыль [2–6]. Конкурентный потенциал способствует прогнозированию уровня качества продуктов, в том числе созданию инновационных продуктов с новыми, заданными свойствами направленной эффективности (ППНЭ). Рядом ученых [2; 3]

предложена система частных критериев оценки конкурентного потенциала функциональных продуктов питания, включающая: I – ассортиментную линейку; II – функциональные свойства; III – органолептические показатели; IV – пищевую ценность; V – результаты социологического опроса; VI – результаты клинических испытаний; VII – правовую защиту. Каждый критерий качества характеризуется показателями, которые имеют соответствующие уровни качества и коэффициенты весомости. Данная методика оценки конкурентоспособного потенциала функциональных продуктов питания учитывает как известные элементы формулы оценки конкурентоспособности товара, так и совершенно новые, позволяющие с большей точностью предвидеть конкурентоспособность вновь создаваемой инновационной продукции. Методологическая задача состоит в наиболее эффективном выявлении конкурентных преимуществ продукции на основе использования сбалансированной системы частных качественных, ценовых и интегрального критериев [3].

По результатам изучения зарубежного опыта развития инновационного потенциала предприятий пищевой промышленности и продовольственного рынка, а также проведенных исследований, связанных с оценкой инновационной активности предприятий пищевой промышленности Республики Беларусь, обоснован концептуальный подход инновационного развития предприятий пищевой промышленности. Предлагаемая концепция представляет собой комплекс мероприятий и мер воздействия на формирование системы эффективного развития инновационного потенциала предприятий пищевой промышленности, реализуемых на макро- и микроэкономическом уровне через систему органов исполнительной власти, а также производителей, торговлю и научные институты.

Цель концепции – обеспечение качественного экономического роста и конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности посредством концен-

трации ресурсов, направленных на формирование инновационной специализации и развитие инновационной деятельности предприятий пищевой промышленности.

В качестве принципов эффективного инновационного развития предприятий пищевой промышленности с учетом мировых тенденций определен комплексный подход, предполагающий всестороннее, системное использование во всех сферах его деятельности совокупности следующих типов инноваций:

– *продуктовых* (ассортиментных): разработка пищевых продуктов улучшенного качества с заданными характеристиками (направленной эффективности); производство полуфабрикатов и продуктов, требующих минимальной обработки; разработка продукции для отдельных групп населения (специализированная продукция); ассортиментная дифференцированность инновационных продуктов, обеспечивающая производство и реализацию продуктов питания с учетом физической активности и физиологических особенностей конечных потребителей (разработка ассортиментных линеек для определенных сегментов потребителей и персонализированный подход к питанию);

– *технологических* (процессных): внедрение безотходных производств; применение энергосберегающих и ресурсосберегающих технологий на всех этапах производства и хранения продукции; увеличение сроков хранения продуктов с использованием упаковочных материалов, обладающих фунгицидными свойствами, внедрение информационно-коммуникационных технологий;

– *маркетинговых*: использование биоразлагаемой упаковки; создание съедобных упаковок; развитие современных технологий маркетинга, рекламы и продвижения товара;

– *организационных*: применение современных систем контроля безопасности, качества и сертификации; создание механизма взаимодействия производителей и заин-

тересованных сторон при производстве и реализации продуктов питания; активное развитие организаций малого бизнеса; постоянное повышение инновационной активности персонала; инновационная оптимизация материальных и трудовых ресурсов предприятия, что подразумевает постепенное увеличение доли инновационного оборудования и технологий на предприятии; системное обучение, подготовка и переподготовка персонала с ориентацией на аспекты инновационного менеджмента; информационная доступность субъектов хозяйствования к оперативным данным об изменениях и тенденциях продовольственного рынка, развитии техники и технологий в отрасли, предпочтениях потребителей, зарубежном опыте; системный мониторинг, включающий всестороннее и своевременное изучение изменения конъюнктурных условий в сегменте, анализ действий конкурентов, оценку конкурентоспособности продукции, мониторинг состояния питания и здоровья населения для формирования системного подхода к изучению и оценке проблем нерационального питания, особенностей алиментарно-зависимых заболеваний в регионах республики в разрезе социально-гигиенического мониторинга; гибкость для обеспечения возможностей оперативных изменений применяемых стратегий реализации инновационной политики с учетом изменений, происходящих в рыночной среде; физическая доступность инновационных продуктов питания для всех категорий населения, соответствие новых видов продукции социально-культурным особенностям потребления продовольствия; ценовая доступность инновационных продуктов питания, гарантирующая гражданам возможность приобретения продуктов здорового питания из множества альтернатив; синергетическое взаимодействие в системе «производитель – торговля – потребитель», позволяющее оптимизировать процесс формирования знания населения об инновационных продуктах питания, концепции здорового питания и способствующее применению

прогрессивных подходов маркетингового сопровождения инновационных продуктов от этапа разработки до этапа реализации конечным потребителям; общность информации по вопросам оптимального, сбалансированного питания, т. е. распространение информации и знаний среди населения о продуктах здорового питания, пользе и свойствах инновационной продукции посредством каналов коммуникации между производителем, потребителем и торговлей.

Основным механизмом реализации концепции является разработка комплекса мер, направленных на рационализацию и координацию развития инновационной деятельности предприятий пищевой промышленности. Предложенные мероприятия, разработанные с учетом определенных приоритетов развития предприятий пищевой промышленности, должны быть ориентированы на нивелирование факторов, дестабилизирующих их инновационное развитие. Также они направлены на формирование и развитие инновационной специализации предприятий пищевой индустрии посредством производства и реализации инновационных продуктов питания заданных свойств (направленной эффективности). Это предопределяет необходимость обоснования практических рекомендаций по их реализации, включающих механизм расширения емкости сегмента инновационных продуктов питания, предполагающий реализацию комплекса мер в области формирования спроса и предложения путем осуществления маркетинговой и инновационной политики. Предлагаемый механизм подразумевает реализацию мер маркетингового характера, в частности:

- анализ тенденций развития мирового продовольственного рынка;
- проведение маркетинговых исследований по изучению потребительских предпочтений в области продуктов направленной эффективности;
- концептуальное рассмотрение инновационных подходов при разработке продуктов направленной эффективности;

– разработку требований к качеству процессов на всех этапах технологического цикла;

– сегментирование конечных потребителей инновационных продуктов питания;

– разработку дифференцированных стратегий продвижения инновационных продуктов питания на потребительский рынок с помощью коммуникационной модели, а также действия инновационного характера: анализ возможностей осуществления инновационной деятельности, причин возникновения препятствий по продвижению на потребительский рынок пищевых продуктов направленной эффективности, разработка адресного инновационного продукта питания, прогнозирование структуры инновационного спроса и предложения инновационных продуктов питания, оценка коммерческой результативности реализации инновационных продуктов питания.

Так, в части предложения инновационных продуктов питания предусматривается реализация следующих положений:

– формирование устойчивых предпочтений потребителей к инновационным продуктам питания посредством преодоления фактора незнания и неопределенности в отношении свойств инновационного продукта питания;

– финансовая поддержка производителей и потребителей инновационных продуктов питания (расширение базы партнеров, венчурных и лизинговых компаний для инвестирования инновационной деятельности предприятия);

– продвижение тенденции на здоровый образ жизни (механизм продвижения инновационных продуктов питания);

– информирование населения об инновационных продуктах питания (информационная система формирования культуры здорового питания и развития знаний об инновационных продуктах питания).

На рисунке представлен алгоритм создания и продвижения инновационных продуктов питания, в частности, продук-

тов направленной эффективности. Предложенные инструменты позволят оказать влияние на конъюнктурные изменения в сегменте инновационных продуктов питания при условии реализации маркетинговой политики и оценки инновационных возможностей предприятия.

Основываясь на проведенном анализе тенденций развития продовольственного рынка, целесообразно формировать ассортимент инновационных продуктов питания по следующим категориям:

– *по назначению*: пищевая продукция направленной эффективности: специализированного назначения, органическая, обогащенная;

– *типу питания*: пищевая продукция для детского питания, диетического лечебного, диетического профилактического, здорового, диабетического питания;

– *категории потребителей*: пищевая продукция для детского питания (для питания детей различных возрастных категорий); для лиц пожилого возраста; спортсменов; вегетарианцев; беременных и кормящих женщин; лиц, ведущих активный образ жизни.

Ожидаемыми результатами реализации концепции являются формирование организационно-экономического механизма стимулирования инновационной деятельности субъектов рыночной среды; увеличение числа предприятий пищевой промышленности, внедривших технологические, организационные, маркетинговые инновации; развитие сегмента инновационных продуктов питания, в том числе продуктов здорового питания, функциональных продуктов питания (направленной эффективности), специализированных продуктов питания, органических продуктов питания, продуктов питания диетического лечебного и диетического профилактического назначения; разработка концепции формирования системы здорового питания населения республики; увеличение предложения и спроса на данные виды инновационных продуктов питания.

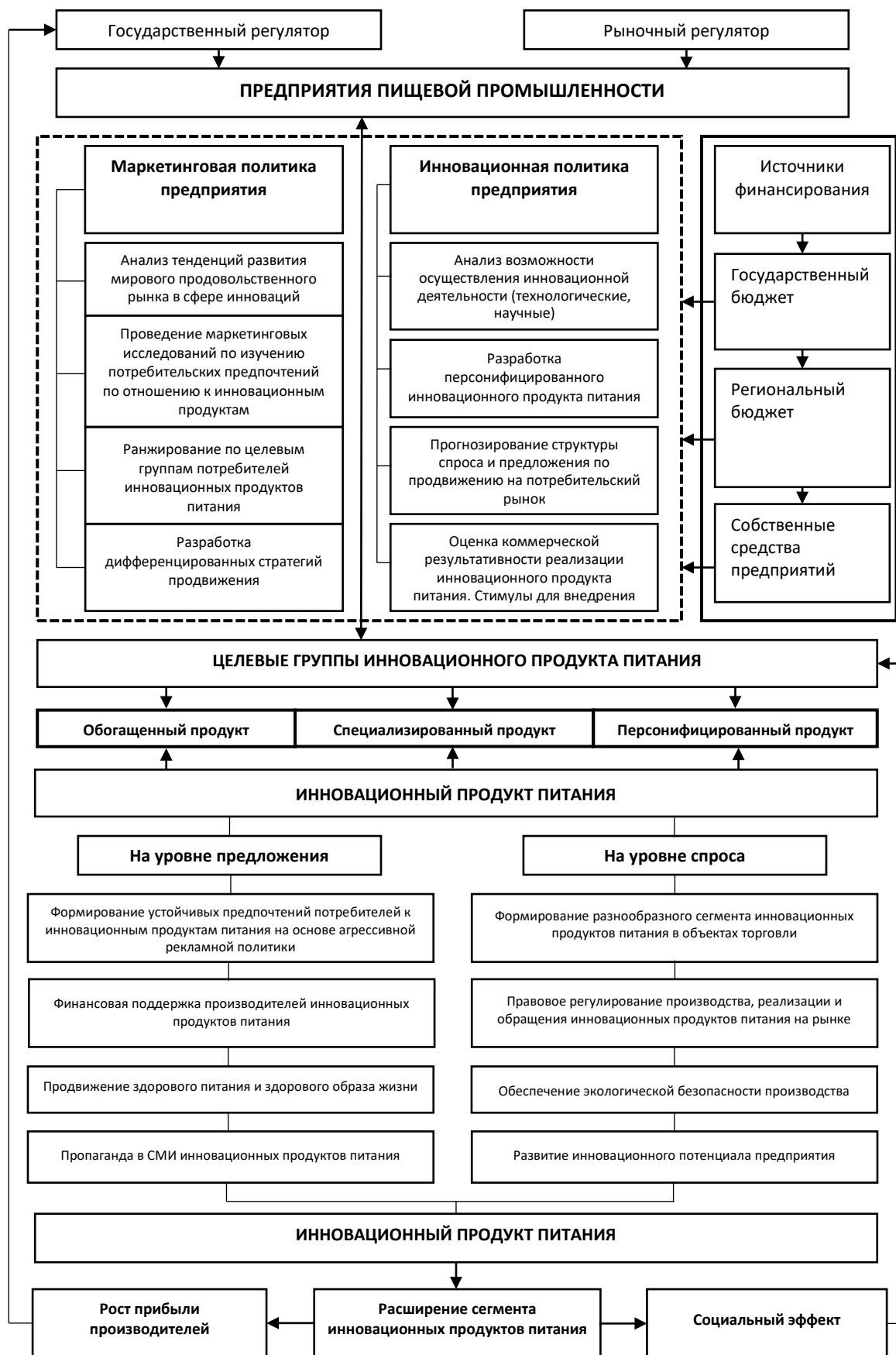


Рис. Алгоритм создания и продвижения инновационных продуктов питания

Сегодня инновационные пищевые продукты определяются как продукты, полезные для здоровья человека и обладающие дополнительными по сравнению с обычными продуктами заданными свойствами. Такие продукты могут быть обогащенными, при регулярном употреблении в пищу в виде части рациона они благоприятно влияют на здоровье, оказывают положительное влияние на отдельные системы организма и организм в целом.

С целью раскрытия сущности понятия «инновационный продукт» проведена систематизация его толкований, которая позволила установить, что для инновационного продукта характерно наличие свойства новизны или улучшения, приобретенного в результате инновационного преобразования. При этом приобретенная потребительская ценность касается как функциональных свойств продукта, выраженных в оздоровительном, лечебно-профилактическом эффекте, так и изменения пищевой ценности и органолептических показателей, что позволяет утверждать, что понятие «инновационный продукт питания» шире категории «продукты здорового питания» за счет наличия дополнительной ценности и полезности в изменении пищевой структуры и органолептических свойств.

Согласно международному документу, инновационный продукт питания включает в себя:

- новую пищевую продукцию, полученную путем применения радикальных инноваций;

- значительно улучшенную пищевую продукцию по сравнению с уже существующей на национальном рынке, но получившей новое обозначение или определение (наименование) в связи со значительной степенью усовершенствования или модификацией ее свойств, параметров, признаков или характеристик, а также измененной областью применения, новым или в значительной степени отличающимся в сравнении с ранее выпускавшейся

продукцией составом применяемых материалов или компонентов.

Цель разработки и производства инновационного продукта питания – получение продукта улучшенного качества, заданных потребительских характеристик и направленного положительного действия на отдельные органы организма или организм в целом, более полезного, чем традиционный продукт; использование новой технологии, которая отличается от традиционной и позволяет получить продукт с более высокими функциональными свойствами, при этом сохраняя его сенсорные характеристики, качественные показатели и обеспечивая его безопасность. Особенности продукта раскрываются через его функциональные свойства, к которым относят высокие органолептические показатели инновационного пищевого продукта; содержание ингредиентов, определяющих профилактические, диетические и другие эффекты; оптимально подобранное сочетание компонентов рецептуры, обеспечивающее усвояемость продукта; конкурентоспособность нового продукта на продовольственном рынке.

Сообразно с этим для инновационного продукта питания характерны:

- *относительное преимущество*: степень превосходства инновационного продукта по сравнению с существующими альтернативами;

- *сложность*: насколько инновация (новшество) совпадает с существующей практикой потенциальных потребителей. Если потребители должны изменить свой привычный порядок действий, возникают затраты на переключение или адаптацию, а скорость внедрения (распространения) инноваций снижается;

- *коммуникативность*: простота донесения сути инновации и особенностей инновационного продукта до потенциальных потребителей;

- *возможность апробации*: возможность попробовать новый товар в малом объеме до совершения массовой покупки сокращает затраты на принятие решения;

– обеспечение пользы для здоровья человека (например, для повышения сопротивляемости организма заболеваниям, улучшения физиологических процессов).

Научный и практический интерес представляет исследование категории «новый продукт» с позиции определения физического выражения свойств новизны (новшества) в инновационном продукте питания. ГОСТ 31279-2004 «Инновационная деятельность. Термины и определения» дает следующее определение: «Новая продукция – продукция, изготавливаемая впервые в стране (на предприятии) или отличающаяся от выпускаемой улучшенными свойствами или характеристиками и получающая новое обозначение». Из данного определения следует, что категория «новизна» свойств инновационного продукта выражается через иерархию уровней: новое для мирового рынка, новое для национального рынка, новое для предприятия.

Технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» содержит следующее определение категории «пищевая продукция нового вида»: пищевая продукция (в том числе пищевые добавки и ароматизаторы), ранее не использовавшаяся человеком в пищу на таможенной территории Таможенного союза, а именно: с новой или преднамеренно измененной первичной молекулярной структурой; состоящая или выделенная из микроорганизмов, микроскопических грибов и водорослей, растений, выделенная из животных, полученная из ГМО или с их использованием; наноматериалы и продукты нанотехнологий, за исключением пищевой продукции, полученной традиционными способами, находящейся в обращении и в силу опыта считающейся безопасной.

В соответствии с данным определением инновационное изменение в продукте питания должно быть направлено на получение полезного лечебного эффекта от его употребления.

Таким образом, можно полагать, что степень новизны инновационного продук-

та имеет следующие уровни физического выражения: новое, улучшенное, модифицированное.

На основе теоретических положений предлагается рассматривать инновационный продукт питания в зависимости от проявления степени новизны потребительских свойств через систему категорий: новый продукт питания, улучшенный продукт питания, модифицированный продукт питания. Авторские определения рассматриваемой системы терминов приведены ниже.

Инновационный пищевой продукт – новый и (или) значительно улучшенный продукт питания, для которого характерно наличие дополнительной потребительской ценности, полученной в результате инновационного преобразования, оказывающей положительное влияние на полноценную жизнедеятельность организма и рост продолжительности жизни. Инновационный продукт питания включает в себя:

– новый продукт питания – продукт питания, для которого характерна новая, ранее не свойственная потребительская ценность, выраженная в энергетической, биологической пользе продукта питания;

– улучшенный продукт питания – пищевой продукт со значительными элементами новизны, выраженными в функциональных свойствах продукта (оздоровительный, лечебно-профилактический эффект и другие функции), в изменении пищевой ценности и органолептических показателей, значительно отличающихся по своим свойствам и назначению от пищевых продуктов, производимых предприятием ранее;

– модифицированный продукт питания – пищевой продукт, в котором степень новизны обеспечена за счет изменения технологии производства, рецептурного состава, использования нового, ранее не применяемого для данного продукта сырья и (или) изменения количественного и качественного содержания компонентов (белков, жиров, углеводов, витаминов, макро- и микроэлементов, пищевых воло-

кон, ферментов и микроорганизмов), приводящих к наделению пищевого продукта новыми потребительскими свойствами и характеристиками.

Очевидно, что конъюнктурные колебания, социальные преобразования, переориентация потребительских ценностей при выборе и покупке продуктов питания предполагают объективную потребность применения новых подходов и инструментов к формированию ассортимента продовольственных товаров, что обеспечит конкурентный потенциал продукции отечественного производства. Одной из основных задач предприятий пищевой отрасли является необходимость переориентации концепции организации производства с традиционной на концепцию инновационной реструктуризации всех аспектов деятельности, что подразумевает внедрение новых технологий, способствующих производству и реализации новой или усовершенствованной продукции с заданными свойствами, соответствующей требованиям и ожиданием конечных потребителей.

Ряд проблем и множество факторов, препятствующих инновационному развитию пищевой промышленности, актуализируют задачу формирования в отрасли многоуровневого (государство, регион, отрасль, предприятие) организационно-экономического механизма управления инновациями, который предназначен для стимулирования внутренних и внешних воздействий на субъекты инновационной деятельности, обеспечивающие реализацию направлений инновационного развития с целью повышения конкурентоспособности отечественной пищевой промышленности.

Проведенный анализ показал, что основными трендами инновационной деятельности на мировом рынке продовольствия являются развитие производства продуктов, которые поддерживают иммунную систему, улучшают здоровье; разработка функциональных пищевых добавок, продуктов на основе белкового сырья; внедрение устойчивых методов ведения производства и бизнеса и др. Ведущие

страны – мировые производители продовольствия выстраивают инновационные системы, ориентированные на нужды пищевой промышленности, а также применяют дифференцированный подход и алгоритмы финансирования и реализации проектов (требующих НИОКР; практически готовых инновационных рыночных решений, требующих массового внедрения; стартапов). При этом крупные инновационные проекты носят комплексный междисциплинарный характер, ориентированы на решение приоритетных задач, предусматривают одновременное привлечение соисполнителей из всех заинтересованных научных, образовательных и производственных учреждений, имеющих наработку в предметной инновационной области. Значительная часть проектов направлена на развитие общей инновационной исследовательской инфраструктуры для нужд пищевой индустрии и продовольственной безопасности (объекты метрологических услуг, безопасности, прослеживаемости агропродовольственных систем).

На основании проведенного исследования установлено, что для формирования инновационного потенциала и повышения конкурентоспособности пищевой продукции направленной эффективности необходимы:

- комплексная реализация инновационного потенциала предприятия, предполагающая всестороннее, системное использование совокупности типов инноваций (продуктовых (ассортиментных), в том числе в части создания продукции направленной эффективности; технологических; организационных; маркетинговых) во всех сферах его деятельности;
- информационная доступность субъектов хозяйствования к оперативным данным об изменениях и тенденциях продовольственного рынка, развитии техники и технологий в отрасли, предпочтениях потребителей, зарубежном опыте;
- системный мониторинг, включающий всестороннее и своевременное изуче-

ние изменений конъюнктурных условий в сегменте, формирование системного подхода к изучению и оценке проблем питания и особенностей алиментарно-зависимых заболеваний в регионах республики в разрезе социально-гигиенического мониторинга;

– разработка ассортиментных линеек инновационных продуктов для определенных сегментов (целевых групп потребителей);

– синергетическое взаимодействие в системе «производитель – торговля – потребитель» и др.

Список литературы

1. Комплексный прогноз научно-технического прогресса Республики Беларусь на 2021–2025 гг. и на период до 2040 г. : в 3 т. / Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь; Белорусский институт системного анализа и информационного обеспечения научно-технической сферы; под ред. А. Г. Шумилина. – Минск : БелИСА, 2020. – Т. 1, 3.

2. Ловкис З. В., Моргунова Е. М., Томашевич С. Е., Кондратенко С. А., Моргунов А. Н. Методология оценки конкурентного потенциала кондитерских изделий функционального назначения в контексте тенденций мирового рынка // Весці. НАН Беларусі. Сер. аграр. навук. – 2020. – Т. 58. – № 3. – С. 383–298.

3. Моргунова Е. М., Кондратенко С. А., Томашевич С. Е., Моргунов А. Н. Методология оценки конкурентного потенциала пищевых продуктов с улучшенными потребительскими характеристиками // Пищевая промышленность: наука и технологии. – 2019. – Т. 12. – № 2. – С. 52–64.

4. Пилипчук А. В., Кондратенко С. А. Тенденции и факторы конкурентного функционирования пищевой промышленности Республики Беларусь // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы : сборник научных статей : в 2 т. – Минск, 2019. – Т. 1. – С. 33–41.

5. Программа «Качество 2021–2025» // Объединенный институт машиностроения НАН Беларуси, 2021. – URL: file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/o-zarubezhnyh-podhodah-i-modelyah-audita-kachestva-produktsii-i-uslug.pdf (дата обращения: 16.02.2021).

6. Республика Беларусь – 25 лет созидания и свершений : в 7 т. – Т. 4. Агропромышленный комплекс. Архитектура и градостроительство. Беларусь на мировой арене / М. Н. Антоненко и др. – Минск : Беларуская навука, 2020.

7. 6 Trends to Impact the Food Industry in 2019. – URL: <https://www.fooddive.com/news/6-trends-to-impact-the-food-industry-in-2019/544677>

8. A Vision for the European Industry until 2030 : final report of the Industry 2030 high level industrial roundtable. – Luxembourg : Publ. Office of the Europ. Union, 2019.

9. *Hollanders H.* European Innovation Scoreboard 2020. – European Commission, 2020.

10. Innobarometer 2016 – EU business innovation trends. – URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/69e52157-2ba9-11e6-b616-01aa75ed71a1>

11. *Marhunova A. M., Lovkis Z. V., Kondratenko S. A., Voblikova T. V.* An Innovative Approach to Creating a Database of the Chemical Composition and Nutritional Value of Food // The International scientific and practical conference biotechnology in the agro-industrial complex and sustainable environmental management, Veliky Novgorod, 22 October 2020. – Veliky Novgorod, 2020. – DOI: 10.1088/1755-1315/613/1/012075

12. The Geography of R&I and Productivity: Regional Disparities and Dynamics / L. Borunsky et al. – Luxembourg : Publ. Office of the Europ. Union, 2020.

13. TOP 5 Global Food Industry Trends of 2021. – URL: <https://www.dairynews.ru/news/top-5-global-food-industry-trends-of-2021.html>

14. USDA Information Technology Strategic Plan 2014–2018. FY 2014–2018. – URL: https://www.ocio.usda.gov/sites/default/files/FY14-18_IT_Strategic_Plan_Final.pdf

References

1. Kompleksnyy prognoz nauchno-tehnicheskogo progressa Respubliki Belarus na 2021–2025 gg. i na period do 2040 g. [The Complex Forecast of Scientific and Technological Progress of the Republic of Belarus for 2021–2025 and for the Period up to 2040], in 3 vol. State Committee for Science and Technologies of the Republic of Belarus; The Belarus Institute of System Analysis and Information Support of the Scientific and Technological Sphere; edited by A. G. Shumilin. Minsk, BellISA, 2020, Vol. 1, 3. (In Russ.).

2. Lovkis Z. V., Morgunova E. M., Tomashevich S. E., Kondratenko S. A., Morgunov A. N. Metodologiya otsenki konkurentnogo potentsiala konditerskikh izdeliy funktsionalnogo naznacheniya v kontekste tendentsiy mirovogo rynka [Methodology of Estimating Competitive Potential of Confectionary of Functional Purpose in View of Global Market Trends]. *Vestsi. NAN Belarusi. Ser. agrar. nauk* [Bulletin of NAN of Belarus. Series: Agrarian Science], 2020, Vol. 58, No. 3, pp. 383–298. (In Russ.).

3. Morgunova E. M., Kondratenko S. A., Tomashevich S. E., Morgunov A. N. Metodologiya otsenki konkurentnogo potentsiala pishchevykh produktov s uluchshennymi potrebitelskimi kharakteristikami [Methodology of Estimating Competitive Potential of Foods with Improved Customer Characteristics]. *Pishchevaya promyshlennost: nauka i tekhnologii* [Food Industry: Science and Technologies], 2019, Vol. 12, No. 2, pp. 52–64. (In Russ.).

4. Pilipuk A. V., Kondratenko S. A. Tendentsii i faktory konkurentnogo funktsionirovaniya pishchevoy promyshlennosti Respubliki Belarus [Trends and Factors of Competitive Functioning of Food Industry in the Republic of Belarus]. *Strategiya razvitiya ekonomiki Belarusi: vyzovy, instrumenty realizatsii i perspektivy, sbornik nauchnykh statey* [Strategy of Economy Development in Belarus: Challenges, Tools of Implementation and Prospects: collection of academic articles], in 2 vol. Minsk, 2019, Vol. 1, pp. 33–41. (In Russ.).

5. Programma «Kachestvo 2021–2025» [The Program ‘Quality 2021–2025’]. *Obedinennyi institut mashinostroeniya NAN Belarusi*, 2021 [The Integrated Institute of Machine-Building NAN of Belarus, 2021]. (In Russ.). Available at: <file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/ozarubezhnyh-podhodah-i-modelyah-audita-kachestva-produktsii-i-uslug.pdf> (accessed 16.02.2021).

6. Respublika Belarus – 25 let sozidaniya i sversheniy [The Republic of Belarus – 25 Years of Creation and Achievements], in 7 vol. Vol. 4. Agropromyshlennyy kompleks. Arkhitektura i gradostroitelstvo. Belarus na mirovoy arene [Agro-Industrial Complex. Architecture and Construction. Belarus on the Global Arena], M. N. Antonenko et al. Minsk, Belarus Science, 2020. (In Russ.).

7. 6 Trends to Impact the Food Industry in 2019. Available at: <https://www.fooddive.com/news/6-trends-to-impact-the-food-industry-in-2019/544677>

8. A Vision for the European Industry until 2030: final report of the Industry 2030 high level industrial roundtable. Luxembourg, Publ. Office of the Europ. Union, 2019.

9. Hollanders H. European Innovation Scoreboard 2020. European Commission, 2020.

10. Innobarometer 2016 – EU business innovation trends. Available at: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/69e52157-2ba9-11e6-b616-01aa75ed71a1>

11. Marhunova A. M., Lovkis Z. V., Kondratenko S. A., Voblikova T. V. An Innovative Approach to Creating a Database of the Chemical Composition and Nutritional Value of Food. *The International scientific and practical conference biotechnology in the agro-industrial complex and*

sustainable environmental management, Veliky Novgorod, 22 October 2020. Veliky Novgorod, 2020. DOI: 10.1088/1755-1315/613/1/012075

12. The Geography of R&I and Productivity: Regional Disparities and Dynamics, L. Borunsky et al. Luxembourg, Publ. Office of the Europ. Union, 2020.

13. TOP 5 Global Food Industry Trends of 2021. Available at: <https://www.dairynews.ru/news/top-5-global-food-industry-trends-of-2021.html>

14. USDA Information Technology Strategic Plan 2014–2018. FY 2014–2018. Available at: https://www.ocio.usda.gov/sites/default/files/FY14-18_IT_Strategic_Plan_Final.pdf

Сведения об авторах

Елена Михайловна Моргунова

кандидат технических наук, доцент,
заместитель генерального директора
по стандартизации и качеству
продуктов питания Научно-практического
центра Национальной академии наук
Беларуси по продовольствию.

Адрес: РУП «Научно-практический центр
Национальной академии наук Беларуси
по продовольствию», 220037, Беларусь,
Минск, ул. Козлова, д. 29.

E-mail: mti67@rambler.ru

Светлана Александровна Кондратенко

кандидат экономических наук, доцент,
заведующая отделом продовольственной
безопасности Института системных
исследований в АПК Национальной
академии наук Беларуси.

Адрес: Государственное предприятие
«Институт системных исследований в АПК
Национальной академии наук Беларуси»,
220108, Беларусь, Минск, ул. Казинца, д. 103.

E-mail: kondratenko-0703@mail.ru

Information about the authors

Alena M. Marhunova

PhD, Associate Professor, Deputy General
Director for Standardization and Quality
of Food Products of the Scientific and Practical
Center of the National Academy of Sciences
of Belarus for Food.

Address: Republican Unitary Enterprise
"Scientific and Practical Center of the National
Academy of Sciences of Belarus for Food",
29 Kozlova Str., Minsk,
220037, Belarus.

E-mail: mti67@rambler.ru

Svetlana A. Kondratenko

PhD, Associate Professor,
Head of the Food Safety Department of the Insti-
tute of System Research in the Agroindustrial
Complex of the National Academy
of Sciences of Belarus.

Address: State Enterprise "Institute of System
Research in the Agroindustrial Complex
of the National Academy of Sciences of Belarus",
103 Kazintsa Str., Minsk, 220108, Belarus.

E-mail: kondratenko-0703@mail.ru

Требования, предъявляемые к статье для публикации в журнале

Представляемый материал должен быть оригинальным, не опубликованным ранее в том же виде в других печатных и электронных изданиях.

Структура статьи должна включать следующие обязательные элементы:

1. **Заглавие** статьи (должно быть коротким, отражать суть исследовательской проблемы).
2. **Инициалы и фамилию** автора(ов).
3. **Резюме** статьи (150–300 слов).
4. **Ключевые слова** (5–10 слов).
5. **Основной текст** (не более 30 тыс. знаков).
6. **Список литературы**.
7. **Сведения об авторе** (ФИО полностью, научные звания, должность, место работы и его почтовый адрес, включая почтовый индекс, научная специализация, e-mail).

Название, аннотация статьи, ключевые слова, информация об авторах даются на русском и английском языке, пристатейный библиографический список на русском языке должен быть транслитерирован латиницей и переведен на английский язык.

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (РЭУ им. Г. В. Плеханова) в англоязычной версии указывать как **Plekhanov Russian University of Economics**.

Ключевые слова должны отражать основное содержание статьи, по возможности не повторять термины заглавия и аннотации, использовать термины из текста статьи, а также термины, определяющие предметную область и включающие другие важные понятия, которые позволят облегчить и расширить возможности нахождения статьи средствами информационно-поисковой системы.

Авторское резюме статьи является кратким изложением научной работы. Результаты работы описывают предельно точно и информативно. При этом отдается предпочтение новым результатам и данным долгосрочного значения, важным открытиям, выводам, которые опровергают существующие теории, а также данным, которые, по мнению автора, имеют практическое значение. В авторском резюме не должны повторяться сведения, содержащиеся в заглавии статьи.

Основная часть статьи должна содержать в себе теоретико-методологическую часть, в которой определяется и обосновывается выбор методов для решения поставленного вопроса или проблемы; демонстрацию количественных и качественных данных, полученных в ходе реализации указанных методов и методик; обобщение и встраивание полученных результатов в интеллектуальную историю исследуемого предмета. Статья должна быть написана языком, понятным как специалистам в данной области, так и широкому кругу читателей, заинтересованных в обсуждении темы.

Ссылки оформляются в основном тексте статьи путем указания в конце предложения в **квадратных скобках** порядкового номера упоминаемого произведения из списка литературы, а в случае цитаты – и номера страницы цитируемого произведения [3. – С. 5].

Текст печатается в редакторе MS Word через полтора интервала с одной стороны бумаги формата А4 шрифтом Times New Roman размером 12 пт, страницы нумеруются.

Рисунки должны иметь расширение, совместимое с MS Word. Все буквенные обозначения на рисунках необходимо пояснить в основном или подрисуночном тексте. Подписи к рисункам и заголовки таблиц обязательны. Поскольку журнал печатается в одну краску, использование цветных рисунков и графиков не рекомендуется.

В математических формулах греческие и русские буквы следует набирать прямым шрифтом, латинские – курсивом. Нумеровать необходимо только те формулы, на которые есть ссылки в последующем изложении. Нумерация формул сквозная.

После текста статьи приводятся два тождественных пронумерованных списка литературы. Один список литературы для русскоговорящих читателей оформляется в соответствии с действующим ГОСТ Р 7.0.5–2008. Второй список (**References**) для иностранных читателей оформляется в соответствии с требованиями журналов, включенных в базу данных Scopus. Нумерация в двух списках должна полностью совпадать. Они должны быть идентичными по содержанию, но разными по оформлению.

Транслитерировать можно автоматически с помощью **translit.ru**, режим транслитерации следует выбрать LC (Library of Congress).

Требования к оформлению References

Описание монографии

Gretchenko A. A., Manakhov S. V. Formirovanie nacional'noy innovacionnoy sistemy: metodologiya i mekhanizmy, monografiya [Formation of National Innovation System: Methodologies and Mechanisms, monograph]. Moscow, Plekhanov Russian University of Economics, 2012. (In Russ.).

Описание статьи из журнала

Ivanova S. V. Modal'nosti prisutstviya pryamykh inostrannykh investitsiy v rakurse teorii dogonyayushchego razvitiya [Modality of Direct Foreign Investment in View of the Catching-Up Development Theory], *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2012, No. 8 (50), pp. 25–38. (In Russ.).

Описание статьи из электронного журнала

Kontorovich A. E., Korzhubaev A. G., Eder L. V. [Forecast of global energy supply: Techniques, quantitative assessments, and practical conclusions], *Mineral'nye resursy Rossii, Ekonomika i upravlenie*, 2006, No. 5. (In Russ.). Available at: <http://www.vipstd.ru/gim/content/view/90/278/> (accessed 22.05.2012).

Описание статьи из продолжающегося издания (сборника трудов)

Astakhov M. V., Tagantsev T. V. Eksperimental'noe issledovanie prochnosti soedineniy «stal'-kompozit» [Experimental study of the strength of joints "steel-composite"], *Trudy MGTU «Matematicheskoe modelirovanie slozhnykh tekhnicheskikh sistem»* [Proc. of the Bauman MSTU «Mathematical Modeling of Complex Technical Systems»], 2006, No. 593, pp. 125–130. (In Russ.).

Описание материалов конференций

Shibaev S. R., Mironova A. S. Voprosy upravleniya rynkom spekulyativnogo kapitala [Managing Speculative Capital Market], *Rossiiskiy finansovyy rynek: problemy i perspektivy razvitiya : materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy internet-konferencii. 23 aprelya – 11 iyunya 2012 g.* [Russian Finance Market: Problems and Prospects of Development : Materials of the International Research Internet Conference. 23 April – 11 June 2012]. Moscow, Plekhanov Russian University of Economics, 2012, pp. 137–146. (In Russ.).

Описание диссертации

Semenov V. I. Matematicheskoe modelirovanie plazmy v sisteme kompaktnyy tor. Diss. dokt. fiz.-mat. nauk [Mathematical modeling of the plasma in the compact torus. Dr. phys. and math. sci. diss.], Moscow, 2003, 272 p. (In Russ.).

Статьи, поступающие в редакцию журнала, проходят обязательное «слепое» рецензирование. По решению редколлегии журнала статьи могут быть отправлены автору на доработку или отклонены по формальным или научным причинам (автору направляется мотивированный отказ). Вместе со статьей авторы передают в редакцию лицензионный договор и акт передачи.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Плата с аспирантов за публикацию рукописи не взимается.