

ISSN 2223-5639

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ



Посвящается 45-летнему юбилею
Белгородского университета
кооперации, экономики и права

ВЕСТНИК

БЕЛГОРОДСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

№ 6(103)

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ

FUNDAMENTAL AND APPLIED RESEARCH

2023

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ



ВЕСТНИК

**БЕЛГОРОДСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА**

Журнал предназначен для опубликования результатов фундаментальных и прикладных научных исследований профессорско-преподавательского состава высшей школы, научных работников, аспирантов и соискателей ученой степени доктора и кандидата экономических наук.

Основные тематические рубрики журнала:

- экономика, организация и управление в отраслях и сферах деятельности;
- экономика труда и трудовые отношения;
- маркетинг, коммерция и логистика;
- коопeração и предпринимательство.

Приглашаем к сотрудничеству авторов научных и практических материалов в сфере экономики.

6

ВЕСТНИК
БЕЛГОРОДСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ. ИЗДАЕТСЯ С ДЕКАБРЯ 2002 ГОДА

Выпуск 6(103)

2023

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-63329 от 09 октября 2015 г.

Издание входит в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук.

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Бесплатный доступ к полному тексту статей предоставляется на технической платформе Научной электронной библиотеки в сети Интернет на сайте elibrary.ru.

Статьям, опубликованным в журнале «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права», присваивается цифровой идентификатор объекта – DOI, закрепленный в стандарте ISO 26324:2012 «Информация и документирование. Система цифровых идентификаторов объектов».

Учредитель журнала – Автономная некоммерческая организация высшего образования «Белгородский университет кооперации, экономики и права».

Адрес редакции, издателя, типографии:
308023, г. Белгород, ул. Садовая, 116а

Свободная цена

Распространяется по подписке

Периодичность выхода издания – шесть раз в год.

Журнал внесен в Объединенный каталог «Пресса России»,
индекс 18037

Online-подписка: <https://www.pressa-rf.ru/cat/1/edition/t18037/>;

https://www.akc.ru/itm/vestnik-belgorodskogo-universiteta-kooperat_sii-y_ekonomiki-i-prava/

Главный редактор

В.И. Теплов

д.э.н., проф., Заслуженный работник Высшей школы РФ, действительный член Российской академии естественных наук, президент Белгородского университета кооперации, экономики и права

Научный редактор

Е.Е. Тарасова

д.э.н., проф., Заслуженный работник Высшей школы РФ, действительный член Российской академии естественных наук, академик Российской экологической академии, первый проректор по научной работе Белгородского университета кооперации, экономики и права

Члены редакционной коллегии:

Аймагамбетов Е.Б., д.э.н., проф., член-корреспондент Международной академии наук высшей школы, академик Международной экономической академии «Евразия», ректор Карагандинского университета Казпотребсоюза, Республика Казахстан

Алифанова Е.Н., д.э.н., проф., профессор кафедры финансового мониторинга и финансовых рынков Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)

Алтонаян Абрахам, Ph.D., член консультативного совета Университета имени короля Халида, Королевство Саудовская Аравия
Брагин Л.А., д.э.н., проф., профессор базовой кафедры торговой политики Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

Бычкова С.М., д.э.н., проф., Заслуженный работник Высшей школы РФ, профессор кафедры экономики и бухгалтерского учета Санкт-Петербургского государственного аграрного университета

Дорошенко Ю.А., д.э.н., проф., член-корреспондент Российской академии естественных наук, директор Института экономики и менеджмента, заведующий кафедрой стратегического управления Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова

Зимакова Л.А., д.э.н., проф., профессор кафедры инновационной экономики и финансов Белгородского государственного национального исследовательского университета

Иванченко И.С., д.э.н., доц., профессор кафедры финансового мониторинга и финансовых рынков Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)

Исаенко Е.В., д.э.н., проф., Заслуженный работник Высшей школы РФ, действительный член Российской академии естественных наук, академик Российской экологической академии, ректор Белгородского университета кооперации, экономики и права

Клименко О.И., д.э.н., проф., действительный член Российской академии естественных наук, руководитель центра дистанционного обучения Белгородского университета кооперации, экономики и права

Кононенко Р.В., к.э.н., доц., заведующий кафедрой экономики Белгородского университета кооперации, экономики и права
Лебедева С.Н., д.э.н., проф., ректор Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, Республика Беларусь

Макринова Е.И., д.э.н., проф., действительный член Российской академии естественных наук, академик Российской академии естествознания, заведующий кафедрой гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы Белгородского университета кооперации, экономики и права
Матвеева О.П., к.э.н., доц., заведующий кафедрой таможенных операций и таможенного контроля

Белгородского университета кооперации, экономики и права

Наговицына Л.П., д.э.н., проф., член-корреспондент Сибирского отделения Академии наук высшей школы, Заслуженный деятель науки РФ, главный научный сотрудник Научно-образовательного центра «История и современность кооперации и кооперативного образования Сибири» Сибирского университета потребительской кооперации

Прижигалинская Т.Н., д.э.н., проф., член-корреспондент Российской академии естественных наук, декан факультета заочного обучения, профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики Белгородского университета кооперации, экономики и права
Роздольская И.В., д.э.н., проф., действительный член Российской академии естественных наук, академик Российской академии естествознания, заведующий кафедрой маркетинга и менеджмента Белгородского университета кооперации, экономики и права
Семенюта О.Г., д.э.н., проф., заведующий кафедрой банковского дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)

Слабинская И.А., д.э.н., проф., член-корреспондент Международной академии образования (International Academy of Education), профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова

Снитко Л.Т., д.э.н., проф., член-корреспондент Российской академии естественных наук, профессор кафедры экономики Белгородского университета кооперации, экономики и права

Терновский Д.С., д.э.н., доц., ведущий научный сотрудник Центра агропродовольственной политики Института прикладных экономических исследований РАНХиГС при Президенте РФ

Тресницкий А.Б., к.э.н., доц., заведующий кафедрой бухгалтерского учета, анализа и статистики Белгородского университета кооперации, экономики и права

Третьякова Л.А., д.э.н., проф., член-корреспондент Российской академии естественных наук, член-корреспондент Российской академии естествознания, профессор кафедры менеджмента и маркетинга Белгородского государственного национального исследовательского университета

Хайруллина М.В., д.э.н., доц., руководитель Проектного офиса ректора РАНХиГС при Президенте РФ
Ходыревская В.Н., д.э.н., проф., профессор кафедры менеджмента, маркетинга и управления персоналом

Курского государственного университета

Шарифзода М.М., д.э.н., профессор, член-корреспондент Российской академии естествознания, ректор Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики, Республика Таджикистан

Шеховцов В.В., к.э.н., доц., заведующий кафедрой финансов и таможенных доходов

Белгородского университета кооперации, экономики и права

Корректоры: Н.В. Сергеева, Т.Е. Пельошенко
Компьютерный набор и верстка Н.А. Багаури

Дата выхода 20.11.2023.

Формат 60x84 1/8. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 33,8.

Тираж 1000 экз. Заказ 4704.

СОДЕРЖАНИЕ

Экономика, организация и управление в отраслях и сферах деятельности

<i>Прижигалинская Т.Н., Теплова Л.В., Снитко Л.Т.</i> Обеспечение состоятельности организаций потребительской кооперации как фактор сохранения и наращивания конкурентных преимуществ	9
<i>Алябьева М.В., Глаз В.Н., Гомонко Э.А.</i> Организация управления прибылью как драйвер обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов	21
<i>Бунеева Р.И., Горелова И.Е., Ядрицева Т.С.</i> Интернет-эквайринг – инструмент развития электронной коммерции	31
<i>Алябьева М.В., Самойлов И.Н.</i> Диагностика и оценка уровня обеспечения экономической безопасности промышленных предприятий Белгородской области	37
<i>Шнорр Ж.П.</i> Технологии искусственного интеллекта как доминанта цифровизации экономики розничной торговли	47
<i>Андрющенко С.А., Васильченко М.Я.</i> Тенденции устойчивого развития отраслей животноводства в пространственно-временной проекции	63
<i>Тресницкий А.Б., Качан Н.А., Тресницкий Г.Б.</i> Актуальные вопросы бухгалтерского учета операций с цифровым рублем в условиях развития отечественного рынка цифровых финансовых активов	76
<i>Понамарева В.Е., Догаева Л.А., Шаповалов К.Н.</i> Качество и безопасность пищевой продукции как индикатор продовольственной безопасности страны	84
<i>Тиницкая О.В., Макарова Г.В.</i> Таможенная деятельность Российской Федерации: теория и практика предоставления тарифных преференций	94
<i>Лубнина А.А., Иванова Р.П., Зарайченко И.А.</i> Прогнозирование инновационного развития промышленности с использованием возможностей нейросетевого моделирования	110
<i>Бирюков Е.В.</i> Бизнес-модели компаний: особенности и перспективы разработки концептуальных основ	119
<i>Рыжкова С.М.</i> Особенности внешней торговли сельскохозяйственной техникой в России	128
<i>Соколов А.П.</i> Диспропорции регионального развития в условиях системных трансформаций	139
<i>Тихонова О.К.</i> Социальная инфраструктура регионов РФ: институциональные и инфраструктурные аспекты	152
<i>Сергеев М.В.</i> Управление рисками экономической безопасности предприятия: методологический аспект	166

Экономика труда и трудовые отношения

<i>Лебедева Ю.В.</i> . Направления действий при наличии токсичных сотрудников в организации	178
---	-----

Маркетинг, коммерция и логистика

<i>Роздольская И.В., Ледовская М.Е., Роздольский Д.А.</i> . Проактивная направленность маркетингово-управленческих возможностей в процессе управления проектами в организациях государственной и муниципальной сферы в новой экономической реальности	188
<i>Макринова Е.И., Матузенко Е.В., Одарченко Д.Д.</i> . Исследование эффективности рекламной деятельности в интернет-среде (на примере Telegram)	205
<i>Тарасова Т.Ф., Кучерявенко С.А., Шульгина М.В.</i> . Содержание, особенности и проблемы реализации функции маркетингового контроля в современных образовательных организациях	217
<i>Тхориков Б.А.</i> . Методология проведения окулографических нейромаркетинговых исследований	225
<i>Трищенко Д.А., Колесникова Е.В., Степанова-Третьякова Н.С.</i> . Коммуникационная политика региональных интернет-СМИ Белгородской области в социальных сетях	238

Кооперация и предпринимательство

<i>Теплов В.И., Тарасова Е.Е., Акинин Д.Г.</i> . Социально-ответственный бизнес организаций потребительской кооперации	253
<i>Исаенко Е.В., Акинин Н.Г.</i> . К проблеме определения детерминирующих процессов развития конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации	264
<i>Антонова М.В., Ткачев Д.В.</i> . Методические подходы к оценке качества обслуживания пайщиков кредитных кооперативов как инструмент повышения их социально-экономической эффективности	276
Правила направления и опубликования научных статей в журнале «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права»	285

ISSN 2223-5639



HERALD

BELGOROD UNIVERSITY
OF COOPERATION, ECONOMICS AND LAW

INTERNATIONAL RESEARCH AND THEORETICAL JOURNAL. PUBLISHED SINCE 2002

Issue 6(103)

2023

The journal is registered with the Federal Service for Supervision in the Sphere of Communications, Information Technologies and Mass Communications. Certificate on the registration of the Media PI No. FS77-63329 of October 9, 2015.

The publication is included in the List of peer-reviewed scientific publications in which the main results of dissertations for the scientific degree of a candidate of sciences and a doctor of sciences must be published.

The journal is included in the Russian Scientific Citation Index (RINC). Free access to the full text of the articles is provided on the technical platform of the Scientific Electronic Library on the Internet at elibrary.ru.

The articles published in the journal «Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law» are assigned the digital identifier of the object - DOI, fixed in the standard ISO 26324: 2012 «Information and Documentation. System of digital identifiers of objects».

The founder of the journal is the Autonomous Non-profit Organization of Higher Education «Belgorod University of Cooperation, Economics and Law».

Address of the editorial office, publisher, printing house:
116a Sadovaya str. Belgorod, 308023

Free price

Distributed by subscription

The periodicity of publication is six times a year.

The journal is included in the United Catalogue «Press of Russia»
index 18037

Online subscription: <https://www.pressa-rf.ru/cat/1/edition/t18037/>;
https://www.akc.ru/itm/vestnik-belgorodskogo-universiteta-kooperat_sii-y_ekonomiki-i-prava/

Chief Editor

Teplov V.I.

Ph.D. in Economics, Professor, Merited Employee of Higher School of the Russian Federation, Member of Russian Academy of Natural Sciences, President, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Science Editor

Tarasova E.E.

Ph.D. in Economics, Professor, Merited Employee of Higher School of the Russian Federation, Member of Russian Academy of Natural Sciences, Academician of the Russian Ecological Academy, First Vice-Rector for Research, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Editorial Board:

Aimagambetov E.B., Ph.D. in Economics, Professor, Corresponding Member of the International Academy of Higher School, Academician of the International Academy of Economics «Eurasia», Rector, Karaganda University

(Kazpotrebsoyuz), Republic of Kazakhstan

Alifanova E.N., Ph.D. in Economics, Professor, Professor of the Chair of Financial Monitoring and Financial Markets, Rostov State University of Economics (RINH)

Althonayan Abraham, Ph.D., Member of the Advisory Board, King Khalid University, Saudi Arabia

Bragin L.A., Ph.D. in Economics, Professor, Professor of the Base Chair of Trade Policy, G.V. Plekhanov Russian University of Economics

Bychkova S.M., PhD in Economics, Professor, Honored Worker of the Higher School of the Russian Federation, Professor of the Chair of Economics and Accounting, St. Petersburg State Agrarian University

Doroshenko Yu.A., Ph.D. in Economics, Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Natural Sciences, Director of the Institute of Economics and Management, Head of the Chair of Strategic

Management, V.G. Shukhov Belgorod State Technological University

Zimakova L.A., Ph.D. in Economics, Associate Professor, Professor, Chair of Innovative Economics and Finance, Belgorod State National Research University

Ivanchenko I.S., Ph.D. in Economics, Associate Professor, Professor of the Chair of Financial Monitoring and Financial Markets, Rostov State University of Economics (RINH)

Isaenko E.V., Ph.D. in Economics, Professor, Member of Russian Academy of Natural Sciences, Academician of the Russian Ecological Academy, Rector, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Klimenko O.I., PhD in Economics, Professor, Full Member of the Russian Academy of Natural Sciences, Head of the Distance Learning Center, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Kononenko R.V., Candidate in Economics, Associate Professor, Head of the Chair of Economics, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Lebedeva S.N., Ph.D. in Economics, Professor; Rector, Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives, Republic of Belarus

Makrinova E.I., Ph.D. in Economics, Professor, Member of the Russian Academy of Natural Sciences, Academician of the Russian Academy of Natural Science, Head of the Chair of Hotel and Tourism Services, Commerce and Advertising, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Matvejeva O.P., Candidate in Economics, Associate Professor, Head of the Chair of Customs Operations and Customs Control,

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Nagovitsina L.P., Ph.D. in Economics, Professor, Corresponding Member of the Siberian Branch of the Russian Academy of Higher School, Honored Worker of Science of the Russian Federation, Chief Researcher of the Scientific and Educational Center "History and Modernity of Cooperation and Cooperative Education in Siberia", Sibirsksy University of Consumer Cooperatives

Prizhigalinskaya T.N., Ph.D. in Economics, Professor, Corresponding Member of Russian Academy of Natural Sciences, Dean of the Faculty of Correspondence Studies, Professor of the Chair of Accounting, Analysis and Statistics, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Rozdolskaya I.V., Ph.D. in Economics, Professor, Member of Russian Academy of Natural Sciences, Academician of the Russian Academy of Natural Science, Head of the Chair of Marketing and Management, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Semenyuta O.G., Ph.D. in Economics, Professor, Head of the Chair of Banking, Rostov State University of Economics (RINH)

Slabinskaya I.A., Ph.D. in Economics, Professor, Corresponding Member of the International Academy of Education, Professor, Chair of Accounting and Auditing, V.G. Shukhov Belgorod State Technological University

Snitko L.T., Ph.D. of Economics, Professor, Corresponding Member of Russian Academy of Natural Sciences,

Professor, Chair of Economics, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Ternovsky D.S., PhD in Economics, Associate Professor, Leading Researcher at the Center for Agricultural Policy of the Institute applied economic research RANEPA under the President of the Russian Federation

Tresnitsky A.B., Candidate in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Accounting, Analysis and Statistics

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Khairullina M.V., Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Project Office of the Rector of RANEPA under the President of the Russian Federation

Tretiakova L.A. PhD in Economics, Professor, Corresponding Member of Russian Academy of Natural Sciences, Academician of the Russian Academy of Natural Science, Professor, Chair of Management and Marketing, Belgorod State National Research University

Khodyrevskaya V.N., Ph.D. in Economics, Professor, Professor of the Chair of Management, Marketing and Personnel Management, Kursk State University

Sharifzoda M.M., PhD in Economics, Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Natural Science, Rector, Tajik University of Law, Business and Policy, Republic of Tajikistan

Shekhovtsov V.V., Candidate in Economics, Associate Professor, Head of the Chair of Finance and Customs Revenues, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

Proofreaders: N.V. Sergejeva, T.E. Pelyushenko
Computer typesetting and layout N.A. Bagauri

Release date 20.11.2023.

Format 60x84 1/8. Offset paper. Conditional printed page 33,8.

Circulation 1,000 copies. Order 4704.

CONTENTS

Economics and Management in Branches and Spheres of Activity

<i>Przhigalinskaya T.N., Teplova L.V., Snitko L.T.</i> Ensuring viability of consumer cooperation organizations as a factor in maintaining and increasing competitive advantages	9
<i>Alyabieva M.V., Glaz V.N., Gomonko E.A.</i> Profit management organization as a driver for ensuring economic security of economic entities	21
<i>Buneyeva R.I., Gorelova I.E., Yadrintseva T.S.</i> Internet acquiring tool for e-commerce development	31
<i>Alyabieva M.V., Samoilov I.N.</i> Diagnostics and assessment of industrial enterprises economic security level in the Belgorod region	37
<i>Shnorr Zh.P.</i> Artificial intelligence technology as a dominant in the retail trade economy digitalization	47
<i>Andryushchenko S.A., Vasilchenko M.Ya.</i> Trends in sustainable development of livestock industries in space-time projection	63
<i>Tresnitskyy A.B., Kachan N.A., Tresnitskyy G.B.</i> Current issues of accounting operations with digital ruble in the conditions of development of the domestic market for digital financial assets	76
<i>Ponamareva V.E., Dogaeva L.A., Shapovalov K.N.</i> Food quality and safety as an indicator of the country's food security	84
<i>Tinitskaya O.V., Makarova G.V.</i> Customs activity of the Russian Federation: theory and practice of providing tariff preferences	94
<i>Lubnina A.A., Ivanova R.P., Zaraichenko I.A.</i> Forecasting innovative industry development using the potential of neural network modeling	110
<i>Biryukov E.V.</i> Business models of companies: features and prospects for conceptual frameworks development	119
<i>Ryzhkova S.M.</i> Features of foreign trade in agricultural equipment in Russia	128
<i>Sokolov A.P.</i> Disproportions in regional development under the system transformations conditions	139
<i>Tikhonova O.K.</i> Social infrastructure of the RF regions: institutional and infrastructure aspects	152
<i>Sergeev M.V.</i> Enterprise economic security risk management: methodological aspect	166

Economy of Labor and Labor Relations

<i>Lebedeva Yu.V.</i> Directions for action in the presence of toxic employees in the organization	178
--	-----

Marketing, Commerce and Logistics

<i>Rozdolskaya I.V., Ledovskaya M.E., Rozdolskiy D.A.</i> Proactive orientation of marketing and management capabilities in the process of project management in organizations of the state and municipal sphere in the new economic reality	188
<i>Makrinova E.I., Matuzenko E.V., Odarchenko D.D.</i> Research of the advertising activities effectiveness in the internet environment (Telegram as a case study)	205
<i>Tarasova T.F., Kucheryavenko S.A., Shulgina M.V.</i> Content, features and problems of marketing control function implementing in modern educational organizations	217
<i>Tkhorikov B.A.</i> Methodology for conducting oculographic neuromarketing research	225
<i>Trishchenko D.A., Kolesnikova E.V., Stepanova-Tretiakova N.S.</i> Communication policy of regional internet media of the Belgorod region in social networks	238

Cooperation and Entrepreneurship

<i>Teplov V.I., Tarasova E.E., Akinin D.G.</i> Socially responsible business of consumer cooperation organizations	253
<i>Isaenko E.V., Akinin N.G.</i> On the problem of determining the determinating processes of the consumer cooperation organizations competitive potential development	264
<i>Antonova M.V., Tkachev D.V.</i> Methodological approaches to assessing the quality of service for credit co-operatives' shareholders as a tool for increasing their socio-economic efficiency	276
Правила направления и опубликования научных статей в журнале «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права»	285

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 334.735

DOI: 10.21295/2223-5639-2023-6-9-20

Прижигалинская Т.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, декан факультета заочного обучения, профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики

Теплова Л.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, проректор по экономике и развитию вуза, профессор кафедры теории и истории кооперативного движения

Снитко Л.Т.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики

ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОСТОЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ КАК ФАКТОР СОХРАНЕНИЯ И НАРАЩИВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Аннотация. Цель исследования заключается в развитии теоретико-методологической базы управления состоятельностью организаций потребительской кооперации в целях сохранения и наращивания их конкурентных преимуществ. Для решения задач реинжиниринг использует ряд методов, включая табличный метод логических абстракций и метод функциональной декомпозиции. В границах сущностного толкования исследуемого понятия с позиций эволюционного развития обобщены концептуальные положения научных школ, отражающие предпосылки появления и формирование содержательного аспекта понятия состоятельности организаций, осуществлена их градация, дана характеристика особенностей каждого периода и выделены его достоинства и недостатки. Предложено обоснование механизма обеспечения экономической состоятельности в рамках системы управления организациями, позволяющее принимать решения в различных областях и сферах управленческой деятельности, направленные на достижение запланированных изменений с точки зрения поставленных целей и задач. Рекомендована модель комплексной диагностики экономической состоятельности, представленная областями системного анализа, характеризуемыми элементами состоятельности и направлениями ее оценки с позиций параметров оценки платежеспособности, финансовой устойчивости, эффективности и деловой активности; анализа параметров, определяющих стратегические перспективы обеспечения экономической состоятельности (финансовая, инвестиционная, производственно-хозяйственная, рыночная, социальная, экологическая, информационная состоятельность). Предложена стратегия обеспечения состоятельности организаций потребительской кооперации, предусматривающая реализацию различного рода мероприятий, структурированных в соответствии с выделенными элементами экономической состоятельности.

Ключевые слова: стратегия, конкурентные преимущества, состоятельность, потребительская кооперация, антикризисное управление.

Введение. В современной высоко-конкурентной экономике организации потребительской кооперации вынуждены не только сохранять свои конкурентные преимущества, но и наращивать их с учетом нарастания угроз путем адаптации внутренних возможностей, гибкости, мобильного использования обширной социальной базы в лице пайщиков. Решение многих социальных проблем жителей сельских территорий связано с деятельностью организаций потребительской кооперации, их эффективностью. Это обуславливает необходимость разработки механизма управления, ориентированного на обеспечение конкурентоспособности, сохранения и наращивания конкурентных преимуществ, важной слагаемой которого является достижение заданного уровня экономической состоятельности.

Совершенствование управления обеспечением экономической состоятельности связано с необходимостью методического обеспечения данного процесса. В экономической литературе находят широкое отражение различные методы оценки несостоятельности субъектов хозяйствования. Однако в условиях усиления конкурентной борьбы для решения многих социальных задач необходима адекватная императивам внешней среды экономическая база, которая предопределяет их состоятельность как хозяйствующих субъектов на конкурентных рынках. В контексте вышеизложенного возникает необходимость качественно нового подхода к исследованию экономической состоятельности организаций потребительской кооперации в контексте обеспечения конкурентных преимуществ, что и обосновывает актуальность выбранной темы исследования.

С общезэкономических теоретических позиций исследования проблем экономической состоятельности особого внимания заслуживают классические работы П.Ф. Друкера, Дж.М. Кейнса, Й. Шумпетера и др. [2, 4, 11].

Проблемы экономической состоятельности наиболее полно отражены в работах Г.С. Мерзликиной и последователей ее научной школы [1, 5, 6, 10]. Изучению форм и методов состоятельности с позиций антикризисного управления, закономерностей их проявления, отражающих роль современного менеджмента в повышении устойчивости организаций потребительской кооперации с учетом специфики их функционирования, посвящены работы Е.В. Исаенко, О.И. Клименко, И.В. Роздольской, Л.Т. Снитко, В.И. Теплова [3, 7, 8, 9].

Не умоляя значение выполненных различными учеными научных исследований, касающихся предмета нашего рассмотрения, теоретические, методические и практические аспекты изучения экономической состоятельности находятся в стадии становления. Вследствие этого сохраняется потребность в научном обосновании экономической состоятельности как источника конкурентных преимуществ, что обусловило выбор темы исследования, формулировку его цели и задач.

Целью исследования является развитие теоретико-методологической базы управления состоятельностью организаций потребительской кооперации в целях сохранения и наращивания их конкурентных преимуществ. Для реализации этой цели в работе поставлены и решены следующие задачи:

- выявление закономерностей развития и систематизация научных подходов к определению сущности экономической состоятельности;

- разработка методики диагностики экономической состоятельности организаций потребительской кооперации;

- формирование стратегии обеспечения экономической состоятельности организаций потребительской кооперации.

Методы исследования. Для решения задач реинжиниринг использует ряд методов, включая табличный, метод ло-

гических абстракций и метод функциональной декомпозиции.

Результаты исследования. При обосновании состоятельности как фактора стратегического управления организациами потребительской кооперации мы исходили из того, что концепция устойчивого развития в современных условиях хозяйствования становится доминантой стратегического менеджмента, общепринятой для большинства социально ориентированных хозяйствующих субъектов.

Базируясь на гармонизации социальных, экологических и экономических аспектов принятия решений, концепция устойчивого развития по своему содержанию направлена на обеспечение жизнедеятельности будущих поколений людей, что предопределяет необходимость возрастаания роли стратегического менеджмента в управлении организациями системы.

Как известно, «суть предмета теории стратегического управления состоит в выяснении источников и механизмов создания и обеспечения устойчивых конкурентных преимуществ фирм, обеспечивающих им присвоение экономических выгод (рент), недоступных соперникам» [10].

Перенос акцентов стратегического менеджмента в область конкурентных отношений предопределяет необходимость исследования в контексте обеспечения конкурентных преимуществ экономической состоятельности организаций системы с позиций всех составляющих устойчивого развития. Это обусловлено тем, что конкурентное преимущество большинством авторов трактуется с позиции способности самой организации быть лучше конкурентов как по внутренним возможностям, так и за счет взаимодействия с потребителями и всеми заинтересованными сторонами [2, 4, 6, 9, 10].

Проведенное исследование показало, что в экономической литературе понятие состоятельности раскрывается, в

основном, в формате исследования несостоятельности и антикризисного управления хозяйствующими субъектами [3, 7, 9]. Эволюционное развитие сущностных аспектов изучения экономической состоятельности предопределяло в качестве критериальных признаков считать признаки банкротства.

Введение в научный оборот понятия экономической состоятельности Г.С. Мерзликиной и его последующие трактовки базируются на структурно-функциональном подходе, которому свойственна логика трансформации методики оценки платежеспособности в многоаспектную характеристику предмета исследования, границы которой расширяются до экономической, информационной, экологической составляющих экономической состоятельности [2, 5, 6, 10].

Дискуссионный характер исследуемой проблемы обусловил необходимость осуществления эволюционного исследования экономической состоятельности с позиции выделения в рамках научных школ критериальных оценочных характеристик с последующей детализацией их достоинств и недостатков (табл.).

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что формирование научной школы исследования экономической состоятельности порождает множество проблем, связанных с отсутствием единого методологического подхода к определению и пониманию ее места и роли в системе различных областей экономических знаний, что приводит к теоретической неопределенности и практической необоснованности управленческих решений.

Данное обстоятельство предопределило в качестве исходного момента решения данной группы проблем необходимость отражения составляющих экономической состоятельности и их места в системе управления организацией (рис. 1, 2).

Таблица

**Периодизация этапов развития экономической состоятельности
как научного термина**

Научная школа	Критериальные оценочные характеристики	Достоинства	Недостатки
I (1743–1917 г.)			
Балансоведение	Соотношение имущества субъекта и его долгов (или обязанность погашения долгов за счет денежных средств или имущества) в рамках Устава о несостоятельности	Возможность установления статуса несостоятельности субъекта	Неоплатность как единственный критерий несостоятельности
II (в 1927 г.)			
Бухгалтерского учета	Признание несостоятельности в случае наличия обязательств в твердоустановленной суммы в рамках норм, определенных главами 37 и 38 ГПК РСФСР	Возможность установления несостоятельности в рамках фиксированной задолженности	Практический характер разработок без теоретического обоснования
III (1992–1993 гг.)			
Финансового анализа	Определение несостоятельности на основе неудовлетворительной структуры баланса в рамках Закона от 19 ноября 1992 г. №3929-1 «О несостоятельности (банкротстве) предприятий и Указа Президента РФ от 22 декабря 1993 г. №2264 «О мерах по реализации законодательных актов о несостоятельности (банкротстве) предприятий»	Возможность выявления признаков несостоятельности на ранних стадиях	В качестве обеспечения задолженности учитывается только имущество должника
IV (с 1996 г. по наше время)			
Управление изменениями	Введение в научный оборот понятия «Экономическая состоятельность» в трудах Г.С. Мерзликиной Расширение инструментария оценки состоятельности в рамках Методических указаний по проведению анализа финансового состояния организаций, утвержденных Приказом Федеральной службы России по финансовому оздоровлению от 23 января 2001 г. №16	Комплексный подход к исследованию экономической состоятельности. Возможность оценки срока погашения обязательств за счет результатов хозяйственной деятельности экономического субъекта	Использование традиционных экономических показателей без учета стратегических перспектив
V (2002 г. – по настоящее время)			
Антикризисное управление	Определение несостоятельности на основе критерия платежеспособности Введение процедуры «Финансовое оздоровление» в рамках Федерального Закона от 26 октября 2002 г. №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)»	Возможность выбора процедуры преодоления банкротства	Отсутствие комплексного методического подхода для оценки экономической состоятельности организации

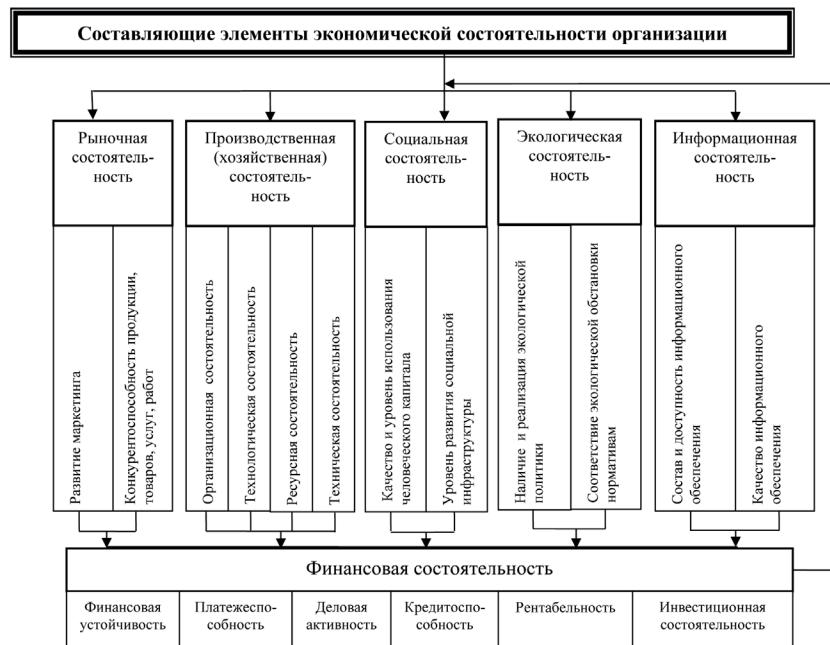


Рис. 1. Состав элементов экономической состоятельности организации



Рис. 2. Механизм управления обеспечением экономической состоятельности в системе управления организаций

В современной научной литературе экономическая состоятельность трактуется с различных позиций. С точки зрения морфологического толкования состоятельность характеризуется как степень материального благополучия.

Поэтому мы полагаем, что экономическая состоятельность как характеристика отражает способность хозяйствующего субъекта осуществлять экономическую деятельность в заданной траектории развития.

По нашему мнению, существующий подход, определяющий состоятельность с точки зрения функциональных составляющих, необходимо расширить в направлениях использования вероятностного метода, согласно которому она может

отражаться как совокупность точек на траектории развития субъекта, для которых вероятность существования организации превышает вероятность ее ликвидации в той или иной степени.

Важное значение с точки зрения толкования экономической состоятельности имеет процедура выделения ее уровней, которую мы представляем в рамках дискретного подхода к развитию, что позволило производить градацию уровней в соответствии с положительным и отрицательным вектором развития [11]. Это, в свою очередь, не противоречит традиционно используемому подходу исследования в рамках стадий жизненного цикла организаций (рис. 3).

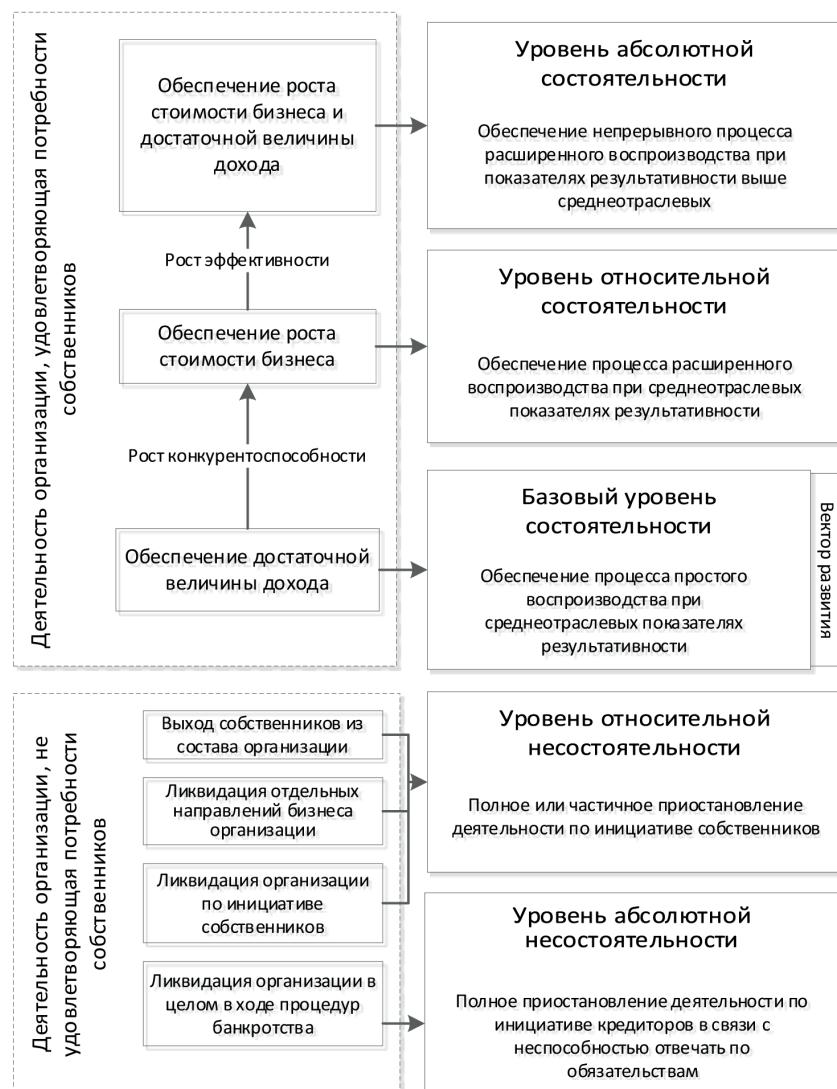


Рис. 3. Уровни экономической состоятельности организаций

Если экономическая состоятельность хозяйствующего субъекта представляет собой состояние, отражающее достигнутый уровень упорядочения взаимосвязей и формирования пространственно-временной последовательности взаимодействия трудовых, материальных, информационных, финансовых и инфраструктурных элементов организации, то под обеспечением экономической состоятельности мы понимаем способность рационально использовать, автономно видоизменять ресурсы своего развития, непрерывно наращивать показатели своего положительного изменения за счет эффективного управления. Экономическая состоятельность обладает

свойством положительной структурной динамики, так как сохраняется устойчивость ее функционирования как системы относительно поставленных целей.

Выделенные уровни состоятельности предопределяют необходимость разработки адекватного оценочного механизма, характер формирования которого определяется в соответствии с выделенными нами векторами направления развития.

В связи с этим нами предложена концептуальная модель оценки экономической состоятельности, представленная областями системного анализа, характеризуемыми элементами состоятельности и направлениями ее оценки (рис. 4).



Рис. 4. Концептуальная модель оценки экономической состоятельности организаций потребительской кооперации

Требование принципа эффективности обуславливает необходимость выделения функциональных подсистем механизма оценки экономической состоятельности и предполагает в ходе ее диагностики осуществлять сравнение показателей деятель-

ности организаций с нормативными, средними и динамическими величинами, что позволяет выявить проблемы, связанные с обеспечением состоятельности.

Для идентификации уровня состоятельности как качественной харак-

теристики экономического положения хозяйствующего субъекта рекомендуется методика экспресс-диагностики, включающая укрупнение блоков финансовых и экономических индикаторов.

При этом для уровня абсолютной несостоятельности индикативным выступает блок показателей платежеспособности, уровень относительной несостоятельности может быть идентифицирован на базе дополнения показателей платежеспособности показателями финансовой устойчивости.

Идентификация уровней базовой, относительной и абсолютной состоятельности осуществляется на основе показателей блока эффективности и деловой

активности. Базовому уровню состоятельности соответствует любая комбинация темповых значений выделенных показателей. Уровень относительной состоятельности характеризуется положительной динамикой индикативных величин, тогда как уровень абсолютной состоятельности предполагает соблюдение установленных соотношений положительных темпов прироста учитываемых величин.

Выделенные уровни экономической состоятельности являются важной составляющей стратегии развития организаций потребительской кооперации, формируемой по направлениям обеспечения их состоятельности в конкурентной среде (рис. 5).

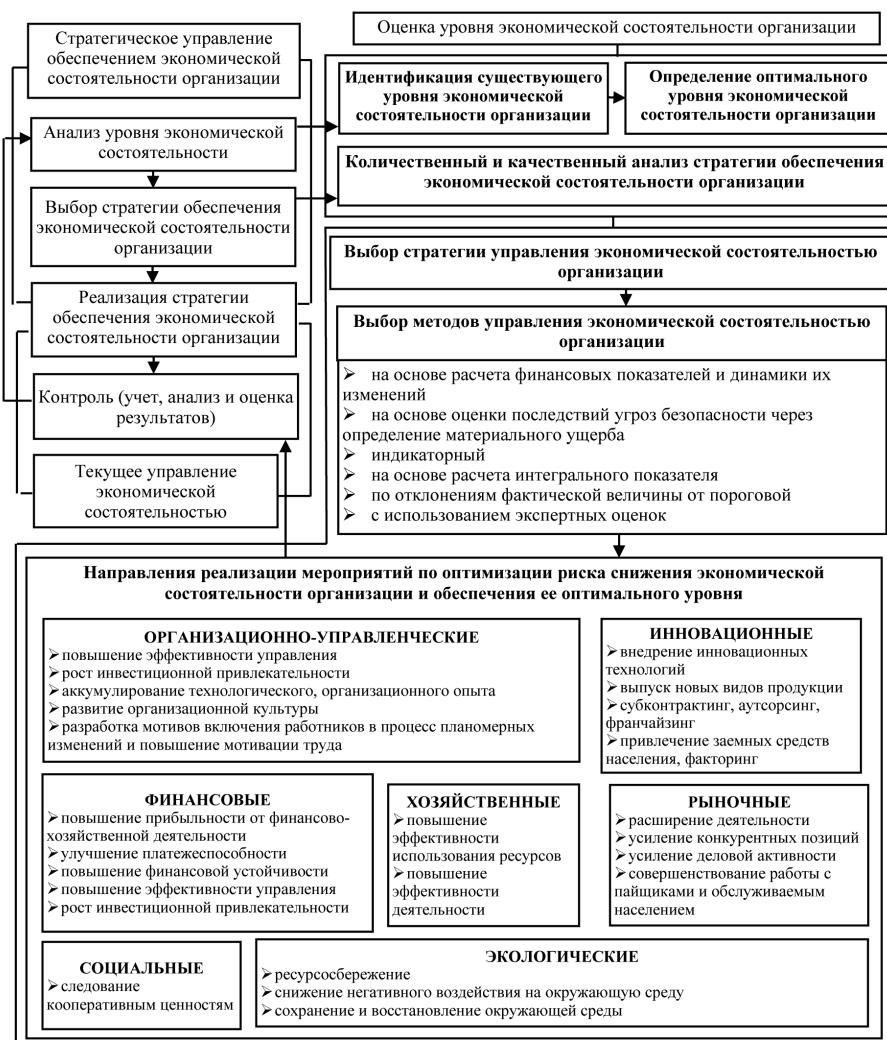


Рис. 5. Модель формирования и реализации стратегии обеспечения экономической состоятельности организаций потребительской кооперации

В ходе разработки стратегии обеспечения экономической состоятельности организаций потребительской кооперации реализация различного рода мероприятий представлена в структурированном виде в соответствии с выделенными элементами предмета настоящего исследования. При этом особое внимание акцентировано на необходимости сохранения кооперативных ценностей, осуществления процессов реструктуризации, расширения методов и стимулов к труду, формирования организационных компетенций, непрерывному обучению персонала, развития партнерских взаимодействий, повышения эффективности использования ресурсов, укрепления финансового состояния и др.

Выходы и заключение. В ходе исследования установлено, что очевидно, что динамичное и эффективное развитие различных сфер деятельности организаций потребительской кооперации является необходимым условием стабильного развития экономики сельских территорий. В границах сущностного толкования исследуемого понятия с позиций эволюционного развития представлена периодизация формирования содержательного аспекта понятия состоятельности организаций, дана характеристика особенностей каждого периода и выделены его достоинства и недостатки. Предложено обоснование механизма обеспечения экономической состоятельности в рамках системы управления организациями, направленное на достижение запланированных изменений с точки зрения поставленных целей и задач. Рекомендована модель диагностики экономической состоятельности, представленная областями системного анализа, характеризуемыми элементами состоятельности и направлениями ее оценки с позиций параметров оценки платежеспособности, финансовой устойчивости, эффективности и деловой активности; анализа параметров, определяющих стратегические перспективы обеспечения экономической состоя-

тельности (финансовая, инвестиционная, производственно-хозяйственная, рыночная, социальная, экологическая, информационная состоятельность). Предложена стратегия обеспечения состоятельности организаций потребительской кооперации, предусматривающая реализацию различного рода мероприятий, структурированных в соответствии с выделенными элементами экономической состоятельности.

Список литературы

1. **Бондарев, В. Ф.** Содержание экономической состоятельности предприятий / В. Ф. Бондарев, Д. А. Кулагин. – Текст : непосредственный // Актуальные вопросы экономических наук. – 2010. – № 6. – С. 298–303.
2. **Друкер, П. Ф.** Задачи менеджмента в XXI веке / П. Ф. Друкер. – Москва : Прогресс, 1988. – 281 с. – Текст : непосредственный.
3. **Исаенко, Е. В.** Вклад организаций потребительской кооперации в достижение целей устойчивого развития / Е. В. Исаенко, Е. Е. Тарасова, В. В. Иголкина. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 1(86). – С. 228–243.
4. **Кейнс, Дж. М.** Общая теория занятости, процента и денег / Дж. М. Кейнс. – Москва : Прогресс, 1978. – 221 с. – Текст : непосредственный.
5. **Мерзликина, Г. С.** Экономическая состоятельность: оценка и управление / Г. С. Мерзликина. – Текст : непосредственный // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2011. – № 1. – С. 164–188.
6. **Мерзликина, Г. С.** Финансовая состоятельность: от осознания необходимости оценки к формированию стратегии / Г. С. Мерзликина. – Текст : непосредственный // Journal of Economics

Entrepreneurship and Law. – 2023. – № 13(8). – С. 2697–2714.

7. Роздольская, И. В.

Стратегическая трансформация и практическая направленность дистанционного менеджмента на базе цифровых технологий как новая форма управления персоналом в пространстве / И. В. Роздольская, Н. А. Однорал, И. С. Болотова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 5(84). – С. 24–36.

8. Снитко, Л. Т. Теоретико-методологические основы функционирования системы экономической безопасности предприятия на основе риск-ориентированного управления / Л. Т. Снитко, Т. Н. Прижигалинская, М. А. Бородин. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 1(92). – С. 9–21.

9. Теплов, В. И. Роль вузов в достижении целей устойчивого развития /

В. И. Теплов, Е. Е. Тарасова, Е. В. Исаенко. – Текст : непосредственный // Использование новых разработок кафедр ЮНЕСКО для стратегического планирования и устойчивого развития мегаполиса : сборник докладов Санкт-Петербургского международного экономического форума / под редакцией А. И. Рудского, В. В. Окрепилова. – Санкт-Петербург : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. – С. 80–90.

10. Шевцова, Н. В. Предупреждение несостоятельности организаций потребительской кооперации на основе диагностики кризисных ситуаций : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Наталья Викторовна Шевцова. – Белгород : Издательство БУКЭП, 2014. – 26 с. – Текст : непосредственный.

11. Шумпетер, Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – Москва : Прогресс, 1982. – 221 с. – Текст : непосредственный.

Przhigalinskaya T.N.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD in Economics, Professor, Dean of the Faculty of Correspondence Studies, Professor of the Department of Accounting, Analysis and Statistics

Teplova L.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Doctor of Economics, Vice-Rector for Economy and University Development, Professor of the Department of Theory and History of the Cooperative Movement

Snitko L.T.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD of Economics, Professor, Professor of the Department of Economics

ENSURING VIABILITY OF CONSUMER COOPERATION ORGANIZATIONS AS A FACTOR IN MAINTAINING AND INCREASING COMPETITIVE ADVANTAGES

Abstract. The purpose of the study is to develop a theoretical and methodological basis for managing the wealth of consumer cooperation organizations in order to maintain and increase their competitive advantages. To solve problems, reengineering uses a number of methods, including tabular, logical abstraction and functional decomposition methods. Within the boundaries of the essential interpretation of the concept under study from the standpoint of evolutionary development, the conceptual provisions of scientific schools reflecting the prerequisites for the emergence and formation of the substantive aspect of the concept of organizational viability are generalized, their gradation is carried out, the characteristics of each period are characterized and its advantages and disadvantages are highlighted. A justification for the mechanism for ensuring economic viability within the framework of the management system of organizations is proposed, which allows making decisions in various areas and areas of management activity aimed at achieving planned changes in terms of the set goals and objectives. A model for complex diagnostics of economic solvency is recommended, represented by areas of system analysis, characterized by elements of solvency and directions of its assessment from the standpoint of parameters for assessing solvency, financial stability, efficiency and business activity; analysis of parameters that determine strategic prospects for ensuring economic viability (financial, investment, production and economic, market, social, environmental, information viability). A strategy for ensuring the viability of consumer cooperation organizations is proposed, which provides for the implementation of various types of activities, structured in accordance with the identified elements of economic viability.

Keywords: strategy, competitive advantages, viability, consumer cooperation, crisis management.

References

1. Bondarev, V.F., Kulagin, D.A. (2010). Soderzhaniye ekonomiceskoy sostoyatel'nosti predpriyatiy [Contents of the economic viability of enterprises]. Aktual'nyye voprosy ekonomiceskikh nauk [Current Issues in Economic Sciences]. 6, 298–303.

2. Drucker, P.F. (1988). Zadachi menedzhmenta v KHKH1 veke [Management challenges in the 21st century]. M.: Progress.
3. Isaenko, E.V., Tarasova, E.E., Igolkina, V.V. (2021). Vklad organizatsiy potrebitel'skoy kooperatsii v dostizheniye tseley ustoychivogo razvitiya [Contribution of consumer cooperation organizations to achieving sustainable development]

- goals]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (86), 228–243.
4. Keynes, J.M. (1978). Obshchaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg [General theory of employment, interest and money]. M.: Progress.
5. Merzlikina, G.S. (2011). Ekonomicheskaya sostoyatel'nost': otsenka i upravleniye [Economic viability: assessment and management]. Vestnik Astrakhanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika [Bulletin of Astrakhan State Technical University. Series: Economics]. 1, 164–188.
6. Merzlikina, G.S. (2023). Finansovaya sostoyatel'nost': ot osoznaniya neobkhodimosti otsenki k formirovaniyu strategii [Financial viability: from awareness of the need for assessment to the formation of a strategy]. Journal of Economics Entrepreneurship and Law. 13 (8), 2697-2714.
7. Rozdolskaya, I.V., Odnoral, N.A., Bolotova, I.S. (2020). Strategicheskaya transformatsiya i prakticheskaya napravленность distantsionnogo menedzhmenta na baze tsifrovых tekhnologiy kak novaya forma upravleniya personalom v prostranstve [Strategic transformation and practical orientation of remote management based on digital technologies as a new form of personnel management in space]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 5 (84), 24–36.
8. Snitko, L.T., Przhigalinskaya, T.N., Borodin, M.A. (2022). Teoretiko-metodologicheskiye osnovy funktsionirovaniya sistemy ekonomiceskoy bezopasnosti predpriyatiya na osnove risk-oriyentirovannogo upravleniya [Theoretical and methodological foundations of the functioning of the economic security system of an enterprise based on risk-based management]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (92), 9 - 21
9. Teplov, V.I., Tarasova, E.E., Isaenko, E.V. (2019). Rol' vuzov v dostizhenii tseley ustoychivogo razvitiya: sbornik dokladov Sankt-Peterburgskogo mezhdunarodnogo ekonomicheskogo foruma [The role of universities in achieving sustainable development goals: a collection of reports from the St. Petersburg International Economic Forum]. Ed by A.I. Rudskoy, V.V. Okrepilov. Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University. P. 80–90.
10. Shevtsova N.V. (2014). Preduprezhdeniye nesostoyatel'nosti organizatsiy potrebitel'skoy kooperatsii na osnove diagostiki krizisnykh situatsiy. Avtoreferat dissertatsii na soискание ученой степени кандидата экономических наук [Prevention of insolvency of consumer cooperation organizations based on diagnostics of crisis situations. Abstract of the dissertation for the degree of Candidate of Economic Sciences]. Belgorod: Published by BUKEP.
11. Shumpeter, J. (1982). Teoriya ekonomicheskogo razvitiya [Theory of economic development]. M: Progress.

Алябьева М.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики

Глаз В.Н.

Ставропольский институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления

Гомонко Э.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, руководитель центра международного сотрудничества, доцент кафедры экономики

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ КАК ДРАЙВЕР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Аннотация. Статья посвящена процессам организации управления прибылью хозяйствующих субъектов в контексте обеспечения их экономической безопасности. Организация управления прибылью является важным драйвером обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта и позволяет не только повысить общую текущую эффективность хозяйственной деятельности, но и обеспечить стратегическое безопасное развитие хозяйствующего субъекта в будущем. Статья содержит исследование теоретических основ организации управления прибылью хозяйствующего субъекта. В статье обоснована необходимость внедрения эффективной организации управления прибылью для обеспечения максимизации благосостояния собственников и персонала, определены требования к процессу организации управления прибылью в контексте обеспечения экономической безопасности, определены целевые установки и задачи данного процесса. В статье выявлены основные факторы, влияющие на прибыль хозяйствующего субъекта, и определены способы управленческого воздействия на показатели, формирующие его прибыль. Цель исследования заключается в изучении теоретических основ организации управления прибылью хозяйствующего субъекта как драйвера обеспечения его экономической безопасности, а также способов управленческого воздействия на показатели формирующие прибыль. Методы исследования: обобщение, анализ, синтез, научное измерение, индукция, дедукция и другие. Результаты исследования: расширение теоретических основ организации управления прибылью как драйвера обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта и разработка способов управленческого воздействия на показатели, формирующие прибыль. Сделан вывод, что эффективная организация управления прибылью должна способствовать росту экономической безопасности хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: прибыль, управление прибылью, организация управления прибылью, экономическая безопасность, обеспечение безопасности.

Введение. В настоящее время хозяйствующие субъекты функционируют в условиях постоянно изменяющейся внешней среды. В таких условиях они сталкива-

ются с множеством негативных факторов (угроз), подрывающих их экономическую безопасность. Поскольку экономическая безопасность хозяйствующего субъекта

во многом определяется наличием прибыли, достаточной для удовлетворения интересов собственников и мотивации персонала, то проблема комплексного изучения организации управления прибылью хозяйствующего субъекта становится особенно актуальной. Для этого хозяйствующие субъекты должны использовать современные способы управленческого воздействия на показатели, формирующие прибыль, правильно ставить целевые установки и учитывать определенные требования такой организации для достижения стратегических ориентиров развития, что в будущем приведет к повышению общей экономической безопасности.

Особенностям организации процесса управления прибылью в экономической литературе уделяется достаточно большое внимание. Так, теоретико-методологические и стратегические аспекты управления исследовались в трудах Е.В. Исаенко [2], Г. Кокинза [3], И.В. Роздольской [4], Е.Г. Сподаревой [5], В.И. Теплова [7], М.Р. Хаджиева [8] и других. Прикладным аспектам управления прибылью с позиций обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов посвящены научные работы И.А. Алексина [1], Б.П. Рукина [6], Е.В. Булавиной и других.

Несмотря на растущее внимание научного сообщества к различным аспектам организации управления прибылью, в том числе и с целью обеспечения экономической безопасности, многие практические вопросы по-прежнему требуют более пристального изучения и уточнения.

Цель исследования состоит в изучении теоретических основ организации управления прибылью хозяйствующего субъекта как драйвера обеспечения его экономической безопасности, а также способов управленческого воздействия на показатели, формирующие прибыль.

Научная гипотеза проводимого исследования основывается на том, что эффективная организация управления

прибылью позволяет обеспечить противодействие угрозам и будет способствовать повышению экономической безопасности хозяйствующего субъекта.

Методы исследования. В процессе исследования использовались общенаучные методы, в частности обобщение, анализ, синтез, научное измерение, дедукция, индукция и другие. При обработке и представлении информации использовались метод сравнения и системный подход. При исследовании факторов, влияющих на прибыль хозяйствующего субъекта, и способов управленческого воздействия на показатели, формирующие прибыль, применялись комплексный и структурный подходы.

Результаты исследования. Функционирование любого хозяйствующего субъекта нацелено на получение прибыли. Управление прибылью хозяйствующего субъекта представляет собой процесс целенаправленного воздействия субъекта на объект для достижения определенных финансовых результатов. Прибыль хозяйствующего субъекта выступает в качестве источника его дальнейшего развития.

Главная цель управления прибылью хозяйствующего субъекта состоит в максимизации чистой прибыли, что позволит обеспечивать финансирование большего объема потребностей в своем развитии. При этом важно исходить из величины именно чистой прибыли, задача максимизации которой тесно связана с оптимизацией величины обязательных платежей в бюджет в рамках действующего законодательства, предотвращением непроизводительных затрат и мотивацией персонала.

Достижение желаемого уровня прибыли требует внедрения эффективной организации управления прибылью, которая предполагает учет всей совокупности факторов, определяющих возможность получения целевой прибыли хозяйствующим субъектом. Также необходимо отметить, что

организация управления прибылью хозяйствующего субъекта тесно связана с обеспечением его экономической безопасности как в текущем, так и в долгосрочном периоде, выступая своего рода драйвером его текущего и перспективного безопасного развития.

Экономическая безопасность хозяйствующего субъекта в общенаучном смысле представляет собой состояние его защищенности от воздействия потенциальных и реально возникших угроз, достигаемое за счет осуществления организационно-управленческого воздействия на все основные результативные показатели деятельности, в том числе и на прибыль.

Организация управления прибылью в контексте обеспечения экономической безопасности должна базироваться на соблюдении хозяйствующими субъектами следующих определенных требований к данному процессу:

1. Интегрированность в механизм обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта. В какой бы сфере деятельности не принимались управленческие решения, они прямо или опосредованно оказывают влияние на чистую прибыль. За счет грамотного управления финансами, персоналом, инвестициями, производством происходит увеличение прибыли и рентабельности хозяйствующего субъекта, а значит появляется возможность противодействия угрозам в вышеуказанных сферах. Это определяет необходимость органической интеграции процесса организации управления прибылью в механизм обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта.

2. Комплексный характер формирования управленческих решений. Все принимаемые управленческие решения, касающиеся формирования и распределения чистой прибыли, теснейшим образом взаимосвязаны и оказывают прямое или косвенное воздействие на обеспечение экономической безопасности. В ряде случаев это воздействие может носить про-

тиворечивый характер. В частности, если хозяйствующий субъект в целях получения более высокой прибыли будет предпочитать направлять финансовые ресурсы в осуществление неосновной деятельности, то это может привести к нехватке оборотных средств и значительно уменьшить размер выручки и прибыли от продаж. Такая ситуация может привести к ухудшению показателей деловой активности и других показателей, характеризующих финансово и производственную составляющие экономической безопасности. Следовательно, управление прибылью должно иметь комплексный характер, не противоречащий общей политике хозяйствующих субъектов в области экономической безопасности.

3. Научный подход к принятию управленческих решений. Принятие управленческих решений в области формирования и использования прибыли должно осуществляться на научной основе, для чего требуется подбор персонала с такими навыками или своевременное обучение персонала. При этом научный подход должен не противоречить реальной практике, учитывать многофакторность функционирования хозяйствующего субъекта и его зависимость от угроз из внешней среды.

4. Высокий динамизм принятия управленческих решений в области формирования и распределения чистой прибыли. В связи с нестабильностью и постоянными изменениями в экономике управленческие решения также подвержены постоянной динамике. Из-за постоянно возникающих угроз экономической безопасности хозяйствующего субъекта те решения, которые были эффективны ранее, уже не будут так эффективны в будущем. Поэтому для обеспечения экономической безопасности управленческие решения должны изменяться в динамике.

5. Альтернативность разработки управленческих решений, касающихся формирования и распределения чистой

прибыли. Любое потенциальное управленческое решение должно быть многовариантным и оставлять возможность выбора наиболее эффективного из них. Такой выбор может быть осуществлен группой компетентных в области управления прибылью экспертов с позиций обеспечения общей экономической безопасности.

6. Ориентация на стратегические цели развития хозяйствующего субъекта [6]. Решения в области формирования и распределения чистой прибыли должны не противоречить общей миссии хозяйствующего субъекта, его стратегическим ориентирам и целевым установкам, какими бы прибыльными они не были. Такие решения должны быть нацелены на формирование достаточной прибыли в стратегическом плане.

С учетом содержания процесса организации управления прибылью и предъявляемых к нему требований можно сформировать главную цель и задачи организации управления прибылью хозяйствующего субъекта. Организация управления прибылью хозяйствующего субъекта имеет главную цель – обеспечение максимизации благосостояния собственников и персонала как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде. Эта главная цель также призвана обеспечивать гармонизацию интересов вышеуказанных субъектов с интересами государства.

В качестве основных задач организации управления прибылью хозяйствующего субъекта можно выделить следующие:

- достижение максимально возможной чистой прибыли и рентабельности на уровне выше среднеотраслевого;
- обеспечение оптимизации коммерческих и управленческих расходов в краткосрочном периоде;
- стремление к оптимизации прочих доходов и расходов в долгосрочном периоде;

– достижение оптимальной пропорции между обеспечением прибыльности и приемлемым уровнем предпринимательского риска;

– обеспечение достаточного уровня прибыли для решения задач стратегического развития и достижения целей экономической безопасности;

– обеспечение достаточного уровня выплат собственникам хозяйствующего субъекта согласно имеющимся акциям или долям в уставном капитале;

– разработка программ участия персонала хозяйствующего субъекта в управлении прибылью.

Отметим, что все рассмотренные задачи организации управления прибылью хозяйствующего субъекта теснейшим образом взаимосвязаны, хотя отдельные из них и носят разнонаправленный характер, поэтому в процессе управления прибылью они должны быть согласованы между собой.

В частности, особенно противоречивой является задача участия персонала в управлении прибылью. Она состоит в том, что определенная часть прибыли после процедуры налогообложения прибыли может быть распределена между работниками. Здесь могут возникать некоторые противоречия с интересами собственников хозяйствующего субъекта. Однако в настящее время возникает объективная необходимость поощрения участия персонала достижении планируемого объема прибыли со стороны собственников бизнеса, поскольку даже самые совершенные системы оплаты труда не всегда способны порождать действительное желание каждого работника быть причастным к стабильно высоким общим результатам деятельности. Именно дополнительные, особенно ежемесячные, выплаты работникам позволят повысить заинтересованность персонала в достижении целевых показателей прибыли. При этом механизм оценки такого участия работников в прибыли должен быть

понятным, справедливым и прозрачным, а также для предотвращения конфликта интересов согласован с собственниками хозяйствующего субъекта. Величина выплат работникам может быть поставлена в зависимость от экономии на себестоимости и коммерческих расходах, от индивидуальной производительности труда, от количества привлеченных клиентов (покупателей) и т.п. Каждый хозяйствующий субъект при этом может устанавливать индивидуальные критерии.

В процессе исследования изучены основные факторы, оказывающие влияние на прибыль хозяйствующего субъекта,

и определены способы управленческого воздействия на показатели, формирующие прибыль, способствующие ее увеличению. Отметим, что в рамках организации управления прибылью следует сосредоточить внимание на ключевых показателях, формирующих прибыль, таких как выручка, себестоимость, коммерческие и управленческие расходы, прочие доходы и прочие расходы. Факторы, влияющие на прибыль хозяйствующего субъекта и способы управленческого воздействия на показатели, формирующие прибыль, приведены в таблице.

Таблица

Факторы, влияющие на прибыль хозяйствующего субъекта, и способы управленческого воздействия на показатели, формирующие прибыль

Показатели, формирующие прибыль	Факторы, влияющие на прибыль, и показатели, ее формирующие		Способы управленческого воздействия на показатели, формирующие прибыль
	Внешние факторы	Внутренние факторы	
Выручка	<ul style="list-style-type: none"> - уровень инфляции и цен на рынке; - условия договорных отношений с поставщиками и покупателями; - социально-экономические и демографические факторы; - динамические изменения в отрасли; - наличие государственной поддержки отрасли; - зависимость отрасли от импорта 	<ul style="list-style-type: none"> - физический объем производства и продаж; - соотношение цены и качества реализуемой продукции; - ассортимент; - уровень организации сбыта и доставки продукции в регионы; - наличие представительств в других регионах; - соблюдение платежной и договорной дисциплины 	<ul style="list-style-type: none"> - внедрение эффективной ценовой политики; - гибкость подходов к клиентам; - наличие гибких условий оплаты за продукцию; - открытие новых представительств и (или) филиалов
Себестоимость	<ul style="list-style-type: none"> - ценовая политика поставщиков и подрядчиков; - общекономическая ситуация в стране 	<ul style="list-style-type: none"> - организация основной деятельности; - наличие и состояние ресурсов; - уровень квалификации персонала; - используемые методы учета затрат 	<ul style="list-style-type: none"> - внедрение политики управления затратами; - оптимизация бизнес-процессов; - снижение потерь; - управление производительностью труда

Окончание табл.

Показатели, формирующие прибыль	Факторы, влияющие на прибыль и показатели ее формирующие		Способы управленческого воздействия на показатели, формирующие прибыль
	Внешние факторы	Внутренние факторы	
Коммерческие расходы	- тарифы на логистические услуги; - тарифы на услуги по размещению рекламы; - прочие тарифы	- объем продукции, требующий пользования услугами транспортной и складской логистики; - уровень организации логистических процедур; - организация маркетинга	- передача ряда функций на аутсорсинг; - подбор деловых партнеров с более выгодными условиями сотрудничества; - упрощение документооборота
Управленческие расходы	- тарифы на услуги связи, аренду офисных помещений, коммунальные услуги и т.п.	- численность и структура административно-управленческого персонала (АУП); - фонд заработной платы АУП; - транспортные расходы по обслуживанию АУП; - площадь помещений для АУП	- оптимизация численности и структуры АУП; - совмещение обязанностей; - повышение квалификации АУП; - услуги аутсорсинга отдельных сотрудников АУП
Прочие доходы	- общеэкономическая ситуация в стране; - курсы валют; - банковские тарифы; - условия финансового сотрудничества с организациями	- наличие «свободных» активов; - объем финансового участия в других организациях; - организация непроизводственной деятельности	- рационализация использования собственного капитала; - рациональное управление активами
Прочие расходы	- общеэкономическая ситуация в стране; - курсы валют; - банковские тарифы; - политика государства в области налогообложения	- расходы на содержание «свободных» активов; - расходы на финансовое участие в других организациях; - расходы на организацию непроизводственной деятельности	- оптимизация прочих расходов; - управление расходами на социальное развитие; - оптимизация расходов на корпоративные развлекательные мероприятия

Увеличение выручки будет способствовать росту прибыли хозяйствующего субъекта. В качестве основных направлений увеличения выручки хозяйствующего субъекта будут являться проведение анализа действующей ценовой политики на предмет ее эффективности, обеспечение максимально гибкого подхода к клиентам, особенно крупным клиентам, предложение

хозяйствующим субъектам малых форм хозяйствования более гибких условий оплаты.

В качестве приоритетного направления увеличения объемов и масштабов деятельности хозяйствующего субъекта следует рассмотреть возможность открытия представительств и (или) филиалов в других регионах.

Снижение себестоимости в целях формирования прибыли, достаточной для обеспечения экономической безопасности должно базироваться на внедрении политики управления затратами, оптимизации бизнес-процессов; снижении различного рода потерь, управлении производительностью труда.

Экономия на коммерческих расходах также будет способствовать росту прибыли и может быть достигнута посредством передачи ряда транспортно-логистических функций на аутсорсинг, придания гибкости структуре поставщиков и перевозчиков, упрощения документооборота за счет максимально полной автоматизации складских и учетных процессов.

Оптимизировать управленческие расходы хозяйствующий субъект сможет за счет рационализации использования активов, оптимизации численности и структуры административно-управленческого персонала, повышения квалификации административно-управленческого персонала, передачи на аутсорсинг ряда управленческих процессов.

Рост прочих доходов окажет положительное влияние на объем чистой прибыли. Обеспечить прирост прочих расходов хозяйствующий субъект сможет за счет увеличения участия в деятельности других организаций, а также организации неосновной деятельности.

Экономию на прочих расходах хозяйствующий субъект может обеспечить путем оптимизации прочих расходов и расходов на корпоративные развлекательные мероприятия, а также путем совершенствования управления расходами на социальное развитие.

Кроме того, управленческое воздействие на вышеуказанные показатели будет являться фактором повышения стоимости компании как самостоятельно функционирующего хозяйствующего субъекта [7], что является одним из важных индикаторов его экономической безопасности.

Выводы и заключение. Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что эффективная организация управления прибылью должна стать драйвером повышения экономической безопасности хозяйствующего субъекта, позволить ему справиться с любыми возникающими угрозами. Организация управления прибылью должна быть сосредоточена не только на процессах формирования прибыли, но и на процессах распределения чистой прибыли.

В связи с этим организация управления прибылью должна отвечать таким требованиям, как: быть максимально интегрированной в механизм обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта, иметь комплексный характер, быть основанной на научном подходе, характеризоваться динамичностью и многовариантностью управленческих решений, быть ориентированной на стратегические цели развития хозяйствующего субъекта.

Главной целью управления прибылью является обеспечение максимизации благосостояния собственников и персонала как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде. В связи с этим основное внимание необходимо сосредоточить на обеспечении эффективности программ участия персонала в управлении прибылью. При организации системы участия персонала в управлении прибылью следует учитывать непосредственную связь между показателями прибыли и вкладом в этот показатель конкретного работника.

В процессе управления прибылью также необходимо провести оптимизацию коммерческих и управленческих расходов в краткосрочном периоде, а также оптимизацию прочих доходов и расходов, но уже в долгосрочном периоде. Приоритетным направлением повышения прибыльности должно стать расширение масштабов деятельности хозяйствующего субъекта за счет открытия представительств и (или) филиалов в других регионах.

Список литературы

1. **Алесин, И. А.** Проблемы управления прибылью корпораций и обеспечение их экономической безопасности / И. А. Алесин. – Текст : непосредственный // Экономика. Инновации. Управление качеством. – 2017. – № 1 (18). – С. 7–8. – ISSN 2305-6908.
2. **Исаенко, Е. В.** Управление прибылью как элемент механизма обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов сферы услуг : монография / Е. В. Исаенко, Е. Е. Тарасова, М. В. Алябьева, Э. А. Гомонко. – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2023. – 176 с. – ISBN 978-5-8231-1143-0. – Текст : непосредственный.
3. **Кокинз, Г.** Управление результативностью. Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами / Г. Кокинз : пер. с англ. – 4-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2017. – 316 с. – ISBN 978-5-9614-5577-9. – Текст : непосредственный.
4. **Роздольская, И. В.** Теория и практика разработки стратегии организации : учебное пособие / И. В. Роздольская, С. М. Осадчая. – Белгород : Издательство БУКЭП, 2017. – 144 с. – ISBN 978-5-8231-0746-4. – Текст : непосредственный.
5. **Сподарева, Е. Г.** Механизм управления прибылью предприятия / Е. Г. Сподарева, Л. В. Пак. – Текст : непосредственный // Вестник Уральского института экономики, управления и права. – 2019. – № 3 (48). – С. 7–14. – ISSN 2072-0033.
6. **Рукин, Б. П.** Особенности управления прибылью корпораций в целях обеспечения их экономической безопасности / Б. П. Рукин, Е. В. Булавина. – Текст : непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 1(78). – С. 946–950. – ISSN 1999-2300.
7. **Теплов, В. И.** Стратегические направления развития розничной торговли в сфере маркетингового продвижения на основе использования цифровых инструментов / В. И. Теплов, Е. В. Исаенко, Е. Е. Тарасова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 3(100). – С. 175–187. – ISSN 2223-5639.
8. **Хаджиев, М. Р.** Совершенствование управления прибылью как фактор повышения стоимости компании / М. Р. Хаджиев, М. И. Альвиева, Х. Н. Исаева. – Текст : непосредственный // Финансовая экономика. – 2018. – № 6. – С. 870–871. – ISSN 2075-7786.

Alyabyeva M.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD in Economics, Professor, Professor of the Chair of Economics

Glaz V.N.

Stavropol Institute of Cooperation (Affiliation), Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD in Economics, Professor, Professor of the Chair of Economics and Management

Gomonko E.A.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Chair of Economics

PROFIT MANAGEMENT ORGANIZATION AS A DRIVER FOR ENSURING ECONOMIC SECURITY OF ECONOMIC ENTITIES

Abstract. The article is devoted to the processes of organizing profit management of business entities in the context of ensuring their economic security. Organization of profit management is an important driver for ensuring the economic security of an economic entity and allows not only to increase the overall current efficiency of economic activities, but also to ensure the strategic safe development of an economic entity in the future. The article contains a study of the theoretical foundations of organizing profit management of an economic entity. The article substantiates the need to introduce an effective organization of profit management to ensure maximization of the well-being of owners and staff, defines the requirements for the process of organizing profit management in the context of ensuring economic security, and defines the targets and tasks of this process. The article identifies the main factors influencing the profit of an economic entity and determines the methods of managerial influence on the indicators that form its profit. The purpose of the study is to study the theoretical foundations of the organization of profit management of an economic entity as a driver for ensuring its economic security, as well as methods of management influence on the indicators that generate profit. Research methods: generalization, analysis, synthesis, scientific measurement, induction, deduction and others. Results of the study: expansion of the theoretical foundations of the organization of profit management as a driver for ensuring the economic security of an economic entity and the development of methods of managerial influence on indicators that generate profit. It is concluded that an effective organization of profit management should contribute to the growth of economic security of an economic entity.

Keywords: profit, profit management, organization of profit management, economic security, security.

References

1. Alesin, I.A. (2017). Problemy upravleniya pribyl'yu korporatsiy i obespecheniye ikh ekonomiceskoy bezopasnosti [Problems of managing corporate profits and ensuring their economic security]. Ekonomika. Innovatsii. Upravleniye kachestvom [Economy. Innovation. Quality Control]. 1 (18), 7–8. ISSN: 2305-6908.

2. Isaenko, E. V. Profit management as an element of the mechanism for ensuring

economic security of economic entities in the service sector : monograph / E. V. Isaenko, E. E. Tarasova, M. V. Alyabyeva, E. A. Gomonko. – Belgorod : Publishing house of BUKEP, 2023. – 176 p. – ISBN 978-5-8231-1143-0. – Text : direct.

3. Cokins, G. (2017). Upravleniye rezul'tativnost'yu. Kak preodolet' razryv mezhdu ob'yavlennoy strategiyey i real'nymi protsessami [Performance Management. How to bridge the gap between the declared strategy and real processes]. Tr. from English.

- 4th ed. Moscow: Alpina Publishers. ISBN 978-5-9614-5577-9.
4. Rozdolskaya, I.V., Osadchaya, S.M. (2017). Teoriya i praktika razrabotki strategii organizatsii: uchebnoye posobiye [Theory and practice of developing an organization's strategy: a textbook]. Belgorod: Published by BUKEP. 144 c. ISBN 978-5-8231-0746-4.
5. Spodareva, E.G., Pak, L.V. (2019). Mekhanizm upravleniya pribyl'yu predpriyatiya [Enterprise profit management mechanism]. Vestnik Ural'skogo instituta ekonomiki, upravleniya i prava [Bulletin of the Ural Institute of Economics, Management and Law]. 3 (48), 7–14. ISSN: 2072-0033.
6. Rukin, B.P., Bulavina, E.V. (2017). Osobennosti upravleniya pribyl'yu korporatsiy v tselyakh obespecheniya ikh ekonomiceskoy bezopasnosti [Features of corporate profit management in order to ensure their economic security]. Ekonomika i predprinimatel'stvo [Economics and Entrepreneurship]. (78), 946–950. ISSN: 1999-2300.
7. Teplov, V.I., Isaenko, E.V., Tarasova, E.E. (2023). Strategicheskiye napravleniya razvitiya roznichnoy torgovli v sfere marketingovogo prodvizheniya na osnove ispol'zovaniya tsifrovyykh instrumentov [Strategic directions for the development of retail trade in the field of marketing promotion based on the use of digital tools]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (100), 175–187. – ISSN: 2223-5639.
8. Khadzhhiyev, M.R., Alviyeva, M.I., Isaeva, Kh.N. (2018). Sovremenstvovaniye upravleniya pribyl'yu kak faktor povysheniya stoimosti kompanii [Improving profit management as a factor in increasing company value]. Finansovaya ekonomika [Financial Economics]. 6, 870–871. ISSN: 2075-7786.

e-mail: amb.15@yandex.ru

Бунеева Р.И.

Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, директор, профессор кафедры товароведно-технологических дисциплин

Горелова И.Е.

Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры товароведно-технологических дисциплин

Ядрицева Т.С.

Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, канд. хим. наук, доцент кафедры товароведно-технологических дисциплин

ИНТЕРНЕТ-ЭКВАЙРИНГ – ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Аннотация. Динамичное развитие электронной коммерции приводит к ключевым изменениям в мировой экономике. В 2021 году число онлайн-покупателей превысило два миллиарда сто сорок миллионов человек, что составляет четверть населения нашей планеты. Важнейшим инструментом, гарантирующим эффективность электронной коммерции, являются безопасные и быстрые электронные расчеты. Первоначально под эквайрингом понималась деятельность, направленная на создание и развитие инфраструктуры для осуществления безналичных расчетов и кассового обслуживания в торговых предприятиях с использованием платежных карт. Тем не менее в настоящее время эквайринг следует понимать шире: не только как платежную систему, но и как важнейший и незаменимый инструмент обеспечения функционирования и развития электронной коммерции. Исходя из этого изучение современных тенденций и перспектив применения эквайринга в электронной коммерции представляет особый интерес, что и определяет актуальность темы. В данной статье рассматривается сущность эквайринга как способа осуществления безналичных расчетов, а также понятия, используемые в эквайринге, характеристики, основные преимущества и недостатки интернет-эквайринга. Приведена динамика объемов онлайн-продаж и прогноз развития электронной коммерции до 2024 года.

Ключевые слова: эквайринг, интернет-эквайринг, электронная коммерция, безналичная оплата, онлайн-продажа.

Введение. Актуальность развития эквайринга в современной рыночной экономике обусловлена трансформацией методов ведения бизнеса, переходом в онлайн-продажи.

Эквайринг – это расчет за товары и услуги, не требующий наличных средств,

который осуществляется продавцами с помощью пластиковых карт.

Приобретение также включает в себя банковские и технические услуги (передача и обработка данных о клиентах). Эквайринг упрощает процесс реализации программ приема платежей.

Интернет-эквайринг – это разновидность эквайринга, технология, позволяющая осуществлять платежи через Интернет с помощью виртуальных карт или электронных кошельков.

Необходимо разобрать основные понятия, которые используются при закупке:

– заказчик – потребитель (физическое лицо) или юридическое лицо, пользующееся услугой или товаром;

– банк, участник платежной системы (кредитная организация), осуществляющий выпуск и обслуживание банковских карт;

– банк-эквайер – банк, в котором открыт счет компании и который выдает платежный терминал. Банк-получатель предоставляет услуги по обслуживанию счета и устройства и взимает комиссию;

– торговая точка (Point of Sale) – места, где с помощью стационарных и мобильных терминалов предоставляются такие услуги, как обмен и оплата валюты;

– платежные провайдеры (платежные агрегаторы) – компании, предоставляющие торговцам (мерчантам) и банкам онлайн-сервисы для проведения различных форм электронных платежей.

В зависимости от места проведения платежа существует несколько типов эквайринга:

– торговый эквайринг – покупатели расплачиваются банковскими картами через кассу или курьерский терминал в магазине;

– интернет-эквайринг – потребители, использующие Интернет и разного вида сайты для поиска и осуществления оплаты покупки дебетовой картой;

– мобильный эквайринг – интернет-оплата, используемая людьми, которые обеспечивают и предоставляют

разного рода услуги для комфортной жизни потребителей;

– мобильные покупки – мобильные платежные терминалы, подключаемые курьерами, таксистами, транспортными компаниями, операторами общественного транспорта и мобильными ритейлерами [4, с. 253–255].

Методы исследования. Для достижения цели в работе нашли применение следующие методы: наблюдение, метод обзора нормативно-правовых актов и литературных источников, методы информационного поиска, теоретического обобщения и систематизации.

Результаты исследования. Все виды эквайринга являются важнейшими инструментами, обеспечивающими эффективность электронной коммерции – нового вида нашей деловой активности бизнеса с использованием возможностей информационных технологий для продвижения товаров и услуг, их реализации, поддержания интересов клиентов, масштабирования и увеличения доходов.

В отличие от традиционного способа торговли, когда взаимодействуют продавец и покупатель на всех этапах от предложения до заключения сделки и оплаты, электронная коммерция исключает или сводит к минимуму физический контакт продавца и покупателя.

Однако электронная торговля подойдет не для всех видов бизнеса, к примеру, когда продается технически сложный товар или когда покупатель сталкивается с ним впервые и ему важно физически его изучить [3, с. 6–14].

На рисунке 1 показана динамика развития электронной коммерции в нашей стране с 2018 по 2022 год с прогнозом на 2023–2024 годы [1].

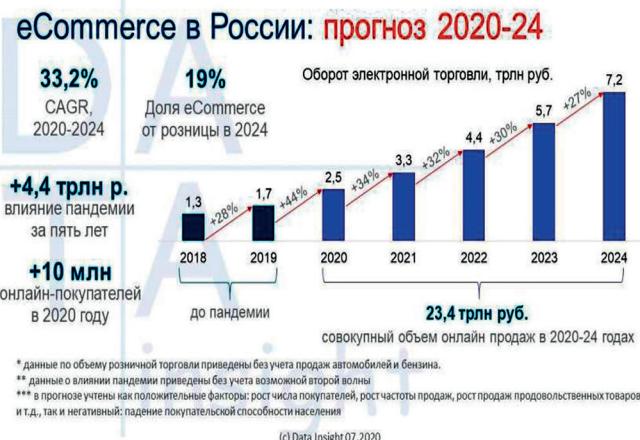


Рис. 1. Динамика и прогноз развития электронной коммерции за ряд лет

К крупным игрокам интернет-торговли можно отнести маркетплейсы Вайлдберриз, Мегамаркет, Озон, сервисы доставки готовых блюд Яндекс Еда, Самокат.

В настоящее время торговый эквайринг осуществляется посредством покупки товаров и услуг на кассе в магазине и/или кассе самообслуживания. Они используют одинаковую схему работы (рис. 2).



Рис. 2. Упрощенная схема работы эквайринга

Сегодня проникновение интернет-эквайринга уверенно забирает часть офлайн-продаж торгового эквайринга [2].

Интернет-эквайринг сегодня начинает пользоваться все большей популярностью, что связано с развитием электронной коммерции. Многие предприятия торговли и сферы оказания услуг заводят в Сети интернет-сайты, развиваются и маркетплейсы, активно реагируя на предпочтения клиентов делать покупки дистанционно.

Свою лепту внесли и ограничения, связанные с распространением коронавируса. Поэтому бизнес начинает сотрудничество с платежными поставщиками при ведении электронных расчетов.

Интернет-эквайринг имеет большие преимущества как для продавцов, так и для покупателей. Например, продавец получает больше клиентов из числа тех, что ориентированы на безналичную форму оплаты, имеет возможность дистанцион-

но контролировать транзакции, мгновенно снимать отчетность по кассе, а также защищен от возможности использования поддельных купюр. Покупатели также остаются в выигрыше: это отсутствие традиционных бумажных денег, мгновенная оплата, бонусы за использование безналичной оплаты.

Интернет-торговля в России имеет некоторые недостатки и риски для покупателя. Фиксированные, безопасные комиссии за покупку в Интернете составляют в среднем от 2 до 3,5 процента за сделку, причем налоговые льготы предоставляются как продавцу, так и покупателю. Покупатели рискуют стать жертвами мошенников и киберпреступников, которые похищают деньги с их счетов. Например, персональные данные могут быть считаны фишинг-

говыми ПО, которые перехватываются на пути к серверу непосредственно с клавиатуры или экрана.

Во избежание динамической утечки учетных данных, кражи персональных данных и крупных денежных сумм рекомендуется тщательно проверять адрес сайта, динамически сканировать представленные на нем данные, использовать активное общедоступное лицензионное антивирусное программное обеспечение, а также не подтверждать характер удаленно получаемой операции с помощью PIN-кодов и SMS-сообщений, если такие операции не были проведены.

Подробная характеристика преимуществ и недостатков интернет-эквайринга представлена в таблице.

Таблица

Преимущества и недостатки интернет-эквайринга

Преимущества интернет-эквайринга		Недостатки интернет-эквайринга
Для продавцов	Для покупателей	
Увеличение прибыли Расширение клиентской базы Снижение временных затрат на обслуживание клиентов Нет необходимости пересчитывать сдачу и сумму покупки – как следствие, экономия сил и времени сотрудников Можно вести бизнес дистанционно Риск получения поддельных денег значительно снижается Появляется ощутимая экономия на услугах инкассации	Быстрое и простое осуществление покупок Надежность производимых расчетов и минимизация возникновения ошибок Расширение географии приобретений – можно делать покупки по всему миру Есть возможность использования лояльности, бонусных и акционных предложений	Возможность появления технической ошибки или сбоя Поломку оборудования нельзя устранить без помощи специалиста – это увеличивает время ожидания Недобросовестные продавцы могут мошенничать и выставлять на терминалах большие суммы, нежели указанные на ценниках

Интернет-эквайринг рассчитан в первую очередь на молодое, технологически активное поколение людей, которые стремятся минимизировать потери времени, в том числе, при совершении покупок.

Целевая аудитория – люди в возрасте от 20 до 69 лет, и примерно каждый пятый из

них совершает покупки. При этом доля тех, кто покупает товары через Интернет, также достаточно высока – примерно каждый второй. Однако между теми, кто покупает в Интернете, и теми, кто платит, есть разница. Это объясняется тем, что покупатели боятся быть обманутыми некачественной продукцией [1].

Выводы и заключение. Высокая популярность безналичного расчета в мире в целом не отражает такую же картину в России, так как выпуск и приобретение дететовых карт на данном этапе превышают численность населения. Сегодня впервые можно увидеть, что безналичные способы оплаты становятся все более популярными среди населения российского мегарынка.

Покупки через Интернет – самый безопасный и быстрый способ совершения покупок и продаж в Сети, но именно эта скорость объясняет низкий уровень конверсии покупок.

Список литературы

1. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. – URL:

<https://www.economy.gov.ru/> (дата обращения: 23.10.2023). – Текст : электронный.

2. Официальный сайт Центрального банка РФ. – URL: <http://www.cbr.ru/statistics> (дата обращения: 25.10.2023). – Текст : электронный.

3. **Минаков, А. В.** Пути развития эквайринга в России / А. В. Минаков, Л. Н. Иванова. – Текст : непосредственный // Журнал прикладных исследований. – 2021. – № 3. – С. 6–14.

4. **Садыкова, О. Р.** Анализ видов эквайринговых услуг, предлагаемых российскими коммерческими банками / О. Р. Садыкова, Н. Н. Казанская. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2018. – № 14. – С. 253–255.

Buneyeva R.I.

Lipetsk Institute of Cooperation (Affiliation), Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD in Economics, Director, Professor, Chair of Goods Expertise and Technological Disciplines

Gorelova I.E.

Lipetsk Institute of Cooperation (Affiliation), Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Economics, Associate Professor, Chair of Goods Expertise and Technological Disciplines

Yadrintseva T.S.

Lipetsk Institute of Cooperation (Affiliation), Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Chemistry, Associate Professor, Chair of Goods Expertise and Technological Disciplines

INTERNET ACQUIRING TOOL FOR E-COMMERCE DEVELOPMENT

Abstract. The dynamic development of e-commerce is leading to key changes in the global economy. In 2021, the number of online shoppers exceeded two billion one hundred and forty million people, which is a quarter of the population of our planet. The most important tool to ensure the effectiveness of e-commerce is secure and fast electronic payments. Initially, acquiring was understood as activity aimed at creating and developing infrastructure for non-cash payments and cash services in retail establishments using payment cards. However, at present, acquiring should be understood more broadly: not only as a payment system, but also as an important and indispensable tool for ensuring the functioning and development of e-commerce. Based on this, the study of current trends and prospects for the use of acquiring in e-commerce is of particular interest, which determines the relevance of the topic. This article discusses the essence of acquiring as a method of making non-cash payments, as well as the concepts used in acquiring, characteristics, main advantages and disadvantages of Internet acquiring. The dynamics of online sales volumes and the forecast for the development of e-commerce until 2024 are presented.

Keywords: acquiring, Internet acquiring, electronic commerce, non-cash payment site, online sales opportunity.

References

1. Ofitsial'nyy sayt Ministerstva ekonomicheskogo razvitiya RF [Official website of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation]. Retrieved from: <https://www.economy.gov.ru/>
2. Ofitsial'nyy sayt Tsentral'nogo Banka RF [Official website of the Central Bank of the Russian Federation]. Retrieved from: <http://www.cbr.ru/statistics> (дата обращения: 25.10.2023).

3. Minakov, A.V., Ivanova, L.N. (2021). Puti razvitiya ekvayringa v Rossii [Ways to develop acquiring in Russia]. Zhurnal prikladnykh issledovanii [Journal of Applied Research]. 3, 6-14.
4. Sadykova, O.R., Kazanskaya, N.N. (2018). Analiz vidov ekvayringovykh uslug, predlagayemykhrossiyskimkommercheskimi bankami [Analysis of the types of acquiring services offered by Russian commercial banks]. Aktual'nyye problemy aviatsii i kosmonavtiki [Current Problems of Aviation and Astronautics]. 14, 253-255.

Алябьева М.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики

Самойлов И.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

ДИАГНОСТИКА И ОЦЕНКА УРОВНЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Статья посвящена процессам диагностики и оценочным процедурам в области экономической безопасности в хозяйственной деятельности промышленных предприятий. Диагностика является важным инструментом аналитической работы по обеспечению экономической безопасности промышленных предприятий и позволяет не только выявить угрозы, но и разрабатывать превентивные меры по их предупреждению. Также, используя диагностический инструментарий, можно оценивать и общий уровень экономической безопасности. Статья содержит группировку факторов, которые оказывают влияние на уровень обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия. В статье обоснована необходимость осуществления диагностических процедур, приводится методика оценки интегрального уровня обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия, основанная на группировке показателей по составляющим частям безопасности. В статье проведена апробация данной методики на данных АО «Белгородский хладокомбинат» – промышленного предприятия, осуществляющего производство мороженого и являющегося лидером в данной отрасли. Цель исследования заключается в совершенствовании методического инструментария оценки уровня обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия. Методы исследования: обобщение, индукция, дедукция, синтез, анализ, научное измерение и другие. Результаты исследования: расширение теоретических и методических основ проведения диагностики и оценки уровня обеспечения экономической безопасности промышленных предприятий. Сделан вывод, что своевременное проведение диагностики и оценки уровня обеспечения экономической безопасности является важной составляющей достижения высоких показателей деятельности промышленных предприятий.

Ключевые слова: экономическая безопасность, оценка экономической безопасности, диагностика, уровень экономической безопасности.

Введение. В настоящее время промышленные предприятия функционируют в условиях постоянно изменяющейся внешней среды. В таких условиях эти предприятия сталкиваются с множеством негативных факторов (угроз), влияющих на основные показатели их деятельности. Поскольку угрозы ослабляют экономическую без-

опасность предприятия, то проблема своевременной диагностики и оценки уровня обеспечения экономической безопасности в динамике становится особенно актуальной. Для этого у промышленных предприятий должны иметься все необходимые ресурсы, в том числе финансовые, иначе их отсутствие может отрицательно сказаться

на достижении стратегических ориентиров развития в будущем, приведет к снижению общей конкурентоспособности.

Особенностям диагностики и оценки уровня экономической безопасности в экономической литературе уделяется достаточно большое внимание. Так, аналитические аспекты диагностики исследовались в трудах М.В. Алябьевой [1], О.И. Клименко [3], В.Г. Плужникова [6] и других. Прикладным аспектам оценки ее уровня на предприятиях разных сфер деятельности посвящены научные работы И.Н. Ермаковой, Д.И. Коваленко [4], Е.П. Козловой [5], В.П. Пономарева [2] и других.

Несмотря на растущее внимание научного сообщества к различным аспектам оценки уровня обеспечения экономической безопасности, многие практические вопросы по-прежнему требуют более пристального изучения и уточнения.

Цель исследования состоит в совершенствовании методического инструментария оценки уровня обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия.

Научная гипотеза проводимого исследования основывается на том, что современная диагностика и оценка уровня обеспечения экономической безопасности позволяют предотвратить или снизить последствия негативных факторов на экономическую безопасность промышленного предприятия в условиях подвижности внешней среды.

Методы исследования. В ходе исследования были использованы общенаучные методы, в частности обобщение, анализ, синтез, научное измерение, дедукция, индукция и другие. При обработке и представлении информации использовались метод сравнения и интегральный метод. При формировании интегральных показателей в рамках исследования применялся комплексный подход к изучению проблемы диагностики и оценки уровня обеспечения

экономической безопасности промышленных предприятий (ОЭБПП).

Результаты исследования. Экономическая безопасность предприятия в общенаучном смысле представляет собой состояние его защищенности от воздействия потенциальных и реально возникших угроз, достигаемое за счет осуществления управленческого воздействия на все ее функциональные составляющие.

По мнению Д.В. Доценко, экономическая безопасность является важной качественной характеристикой экономической системы [2]. Ее поддержание на должном уровне определяется эффективностью общего менеджмента предприятия, соответствием организационной структуры современным требованиям, состоянием аналитической работы на предприятии.

Уровень обеспечения экономической безопасности, являясь оценочным показателем общего состояния предприятия, обычно является величиной динамической, подверженной факторному влиянию. Эти факторы разнообразны и происходят от внутреннего и внешнего состояния.

Можно определить основные факторы, которые оказывают влияние на уровень ОЭБПП:

- наличие подсистемы риск-менеджмента в общей системе управления предприятием;

- величина объемных и качественных показателей деятельности предприятия по всем составляющим экономической безопасности;

- наличие в организационной структуре управления предприятием структурного подразделения, отвечающего за экономическую безопасность;

- внешние угрозы, исходящие от контрагентов, государства, бывших работников предприятия, конкурентов;

- внутренние угрозы, исходящие от неправильной организации управления, несогласованности действий структурных подразделений, отсутствия единой такти-

ки поведения по стратегическим вопросам развития и оперативной деятельности, недоукомплектованности штатов, неудовлетворенности работников процессом труда, неадекватного поведения руководства, некомпетентности и поведенческих особенностей сотрудников и т.п.

Диагностика и оценка уровня экономической безопасности позволяют выявить причинно-следственные связи дисфункции менеджмента предприятия, а затем переходить к построению объяснятельной и прогнозной модели его развития и функционирования [6]. В этом, по нашему мнению, состоит основная задача данных мероприятий.

Диагностика состояния экономической безопасности строится, как правило, на основе трех видов анализа: экспресс-диагностика, общая диагностика, комплексная и системная. Данные виды диагностики в промышленном предприятии должны применяться одновременно в зависимости от специфики предприятия и осуществляться поэтапно в зависимости от требуемой глубины аналитического исследования посредством реализации многоконтурной модели [6].

Наряду с основными общеизвестными принципами проведения диагностических процедур в области экономической безопасности, такими как принцип системности, комплексности, объективности, структуризации, важным является принцип «цифровизации». Использование данного принципа предполагает внедрение современных инновационных цифровых технологий, что позволяет обеспечить оперативность диагностики в том числе посредством удаленного доступа к данным [3].

Следует отметить, что на основе проведения диагностических процедур в целом можно оценить и уровень ОЭБПП. Однако, несмотря на множество исследований в данной области, отсутствует единая методика оценки такого уровня. При этом имеется множество отдельных показателей, позволяющих оценить состояние экономи-

ческой безопасности по основным ее функциональным составляющим, и имеются некоторые комплексные показатели, оценивающие одновременно несколько составляющих.

По нашему мнению, уровень экономической безопасности – понятие достаточно широкое и неоднозначное, поэтому он должен оцениваться по целому ряду показателей одновременно с определением некого общего интегрального показателя его оценки. По величине данного показателя можно было бы судить об экономической безопасности как в статике, так и в динамике. В зависимости от динамики данного показателя можно видеть узкие места в функционировании предприятия и принимать предупредительные меры на будущее. Рост данного показателя свидетельствует о повышении экономической защищенности предприятия при прочих равных условиях.

В связи с этим нами предлагается альтернативная методика оценки интегрального уровня ОЭБПП.

Поскольку об уровне ОЭБПП в целом можно говорить, учитывая состояние предприятия по главным составляющим экономической безопасности: финансовой, технико-технологической и кадровой, то данная методика должна учитывать динамику и значения наиболее основных показателей поенным составляющим. По нашему мнению, при определении интегрального уровня обеспечения экономической безопасности следует также учитывать общеэкономические показатели, например, такие как рентабельность оборота, рентабельность активов, коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности. Эти показатели в общем виде тоже определяют уровень обеспечения экономической безопасности предприятия.

В таблице 1 представим набор показателей и их значений при использовании методики оценки такого интегрального уровня. Эти показатели характеризуют отдельные части безопасности предприятия и обычно рассчитываются на предприятиях.

Таблица 1

Набор показателей и их значений в зависимости от степени соответствия нормативам при использовании методики оценки интегрального уровня обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия

Показатели	Обозначение показателя	Значение показателя в зависимости от степени соответствия нормативам		
		Соответствует нормативу (оценка 1)	Нейтральное значение (оценка 0,5)	Критическое значение (оценка 0)
Финансовая составляющая	Интегральный показатель = $I\phi = (Ka + Kcos + Ktl) / 3$			
Коэффициент финансовой независимости	Ka	> 0,4	0,2 – 0,4	< 0,2
Коэффициент соотношения собственного оборотного капитала и запасов	Kcos	> 0,1	0 – 0,1	< 0
Коэффициент текущей ликвидности	Ktl	2 – 3	> 3 или 1 - 2	< 1
Технико-технологическая составляющая	Интегральный показатель = $Itt = (Kf + Ko + Kr) / 3$			
Фондоотдача	Kf	Рост показателя в динамике	Показатель практически не меняется	Сокращение показателя в динамике
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	Ko	Рост показателя в динамике	Показатель практически не меняется	Сокращение показателя в динамике
Коэффициент годности основных средств	Kr	> 0,5	0,3 – 0,5	< 0,3
Кадровая составляющая	Интегральный показатель = $Ik = (Kpt + Kpr + Kdz) / 3$			
Производительность труда	Kpt	Рост показателя в динамике	Показатель практически не меняется	Сокращение показателя в динамике
Прибыль на 1 работника	Kpr	Рост показателя в динамике	Показатель практически не меняется	Сокращение показателя в динамике
Доля затрат на оплату труда в выручке	Kdz	Сокращение показателя в динамике	Показатель практически не меняется	Рост показателя в динамике
Общекономические показатели	Интегральный показатель = $Iop = (Krp + Kra + Ksdk) / 3$			
Рентабельность оборота	Krp	> 10%	5% – 10%	< 5%
Рентабельность активов	Kra	> 5%	1% – 5%	< 1%
Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности	Ksdk	0,9 - 1	0,5 – 0,9 или > 1	< 0,5
Интегральный уровень (коэффициент) обеспечения экономической безопасности	Iint	$Iint = (I\phi + Itt + Ik + Iop) / 4$		

Показатели по разным функциональным составляющим экономической безопасности сильно различаются и характеризуются несопоставимостью нормативных значений. Поэтому показателям можно задать определенные сопоставимые условные значения (назовем их «оценками»), которые будут определяться по каждому из показателей в зависимости от того, насколько этот показатель по значению ближе к нормативной величине и как от него зависит безопасность. При этом часть показателей имеют официально установленные нормативы, а часть показателей их не имеет. Для таких показателей установим нормативы самостоятельно, полагаясь на труды ученых в области экономики и экономической безопасности, а также путем установления благоприятных тенденций изменения этих показателей. Оценки могут быть следующими: «1», когда значение показателя находится в пределах соответствующего нормативного значения, «0,5» – если значение нейтральное (близкое к нормативному) и «0» – критическое, когда значение того или иного показателя не соответствует установленному нормативу.

Для определения интегральных показателей как по каждой составляющей, так и в целом можно использовать степенные показатели, среднеарифметические или средневзвешенные. Для упрощения расчетов, а также по причине того, что в нашем случае коэффициенты весомости каждой из составляющих экономической безопасности примерно одинаковы, ограничимся в расчетах среднеарифметическими показателями.

Общий уровень ОЭБПП, определяемый с помощью интегральных показателей, можно интерпретировать по специально разработанной шкале следующим образом:

- Інт = 0,76 – 1: высокий;
- Інт = 0,51 – 0,75: средний;
- Інт = 0,26 – 0,50: низкий;
- Інт = 0 – 0,25: критический.

Данная методика была апробирована на данных АО «Белгородский хладокомбинат» – промышленного предприятия, осуществляющего производство мороженого и являющегося лидером в данной отрасли. Тем самым был определен интегральный уровень обеспечения экономической безопасности исследуемого предприятия.

Для апробации вышеуказанной методики сначала были рассчитаны все необходимые показатели, представленные в таблице 1, за последние три календарных года: с 2020 по 2022 год.

Результаты апробации описанной выше методики в АО «Белгородский хладокомбинат» представим в таблице 2.

В результате апробации предлагаемой методики было выявлено, что самый высокий уровень обеспечения экономической безопасности был по технико-технологической составляющей экономической безопасности, особенно в 2021 году. Уровень обеспечения экономической безопасности по финансовой составляющей во всех годах исследуемого периода был равен 0,83. По кадровой составляющей он был самый низкий и в 2021 году составлял 0,17.

Таблица 2

Результаты аprobации методики оценки интегрального уровня обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия в АО «Белгородский хладокомбинат» за 2020–2022 годы

Показатели	Оценка в зависимости от степени соответствия нормативу		
	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Финансовая составляющая	0,83	0,83	0,83
Коэффициент финансовой независимости	1	1	1

Показатели	Оценка в зависимости от степени соответствия нормативу		
	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Коэффициент соотношения собственного оборотного капитала и запасов	1	1	1
Коэффициент текущей ликвидности	0,5	0,5	0,5
Технико-технологическая составляющая	0,83	1,00	0,83
Фондоотдача	1	1	1
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1	1	0,5
Коэффициент годности основных средств	0,5	1	1
Кадровая составляющая	1,00	0,67	1,00
Производительность труда	1	1	1
Прибыль на 1 работника	1	0	1
Доля затрат на оплату труда в выручке	1	1	1
Общекономические показатели	0,67	0,17	0,33
Рентабельность оборота	0,5	0	0
Рентабельность активов	1	0	0,5
Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности	0,5	0,5	0,5
Интегральный уровень (коэффициент) обеспечения экономической безопасности	0,83	0,67	0,75

При этом максимальный интегральный уровень обеспечения экономической безопасности по всем составляющим был в 2020 году и составил 0,83. То есть экономическая безопасность предприятия составляет 83%, а ее общий уровень можно назвать высоким. В 2021 году этот уровень снизился до 0,67 и был средним, а в 2022 году несколько возрос и был равен 0,75, что соответствует верхней границе представленной выше шкалы. Значит исследуемое предприятие имеет шанс дальнейшего повышения уровня экономической безопасности в будущем. Однако этот шанс может быть реализован только при концентрации усилий всех служб предприятия и работников, направленных на выявление и предотвращение угроз экономической безопасности, соблюдение режима экономии и повышение результатов деятельности.

Следует отметить, что комбинация и виды показателей при реализации вышеуказанной методики могут отличаться от приведенных выше. Их круг можно значи-

тельно расширить в зависимости от целей диагностики, вида предприятия, структуры его активов, особенностей производственного процесса и прочих факторов. При этом в целом интегральный подход к оценке уровня обеспечения экономической безопасности является достаточно легким в реализации, не требует больших затрат и дает в целом информативную оценку об экономической безопасности промышленного предприятия.

По нашему мнению, для практического применения данной методики, а также в комплексе для проведения диагностических процедур, необходимо сосредоточить все усилия на персонале, который будет задействован в данном процессе. Это должны быть штатные сотрудники службы экономической безопасности или лица, привлеченные по аутсорсингу специально для проведения данных процедур. Кроме того, в рамках своих компетенций в данном процессе должны участвовать руководители структурных подразделений и отдельные работники предприятия.

Диагностика должна проводиться как в определенные сроки, установленные регламентами промышленных предприятий, так и в виде экспресс-диагностики при возникновении определенных обстоятельств. Экспресс-диагностика при этом должна проводиться не реже одного раза в месяц.

В результате можно достичь следующего эффекта:

- повысить уровень реагирования на предотвращение угроз, исходящих от внешних источников и изнутри предприятия;
- добиться повышения конкурентоспособности и повышения финансовых результатов;
- повысить лояльность персонала и потенциальных сотрудников;
- достичь успеха в расширении доли рынка и прочих показателей, связанных с продажами;
- высвободить средства для дальнейшего инвестиционного развития предприятия;
- улучшить кредитную историю предприятия и повысить скорость расчетов по обязательствам.

Выводы и заключение. По итогам проведенного исследования можно сказать, что своевременная диагностика и оценка уровня обеспечения экономической безопасности являются важными составляющими достижения высоких показателей деятельности промышленных предприятий. Именно диагностика позволит выявить и предотвратить весь спектр возможных и реально возникших перед предприятием угроз, наметить план по их локализации и снижению негативных последствий, от них возникающих. Использование в практической деятельности промышленных предприятий методики оценки интегрального уровня обеспечения экономической безопасности будет способствовать выявлению общего вектора изменения общей безопасности и отслеживанию наиболее

уязвимых функциональных составляющих ее обеспечения.

Проведенное исследование показало, что результаты деятельности исследуемого предприятия – АО «Белгородский хладокомбинат» – по функциональным составляющим экономической безопасности нестабильны, общий уровень обеспечения экономической безопасности снижается и по предлагаемой шкале является средним. В целом данный уровень ниже ожидаемого, хотя, на наш взгляд, он мог быть значительно выше.

Таким образом, на фоне динамики внешней среды и высокой конкуренции необходимо активно осуществлять выявление угроз экономической безопасности посредством расширения диагностического инструментария и оценки.

Список литературы

1. Алябьева, М. В. Экономический и маркетинговый анализ в системе обеспечения экономической безопасности предприятия и его совершенствование : монография / М. В. Алябьева, В. Г. Владимира. – Москва : Русайнс, 2020. – 153 с. – Текст : непосредственный.
2. Доценко, Д. В. Экономическая безопасность: методологические аспекты и составляющие / Д. В. Доценко, В. Н. Круглов. – Текст : непосредственный // Аудит и финансовый анализ. – 2009. – № 4. – С. 415–427. – ISSN 2618-9828.
3. Клименко, О. И. Расширение функционала диагностики в исследованиях экономической безопасности / О. И. Клименко, Р. О. Морозов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 5(78). – С. 9–20. – ISSN 2223-5639.
4. Коваленко, Д. И. Оценка уровня финансово-экономической безопасности предприятия в условиях нестабильности: теоретико-методический аспект /

Д. И. Коваленко, В. А. Нехороших. – Текст : непосредственный // Международный научный журнал Интернаука. Серия: Экономические науки. – 2017. – № 6(6). – С. 33–38. – ISSN 2520-2294.

5. **Козлова, Е. П.** Критерии оценки уровня экономической безопасности промышленного предприятия / Е. П. Козлова, И. А. Царева. – Текст : непосредственный // Новая наука:

опыт, традиции, инновации. – 2016. – № 12–1. – С. 91–92. – ISSN 2412-9747.

6. **Плужников, В. Г.** Диагностика как инструмент обеспечения экономической безопасности предприятия / В. Г. Плужников, С. И. Кухаренко, С. А. Шикина. – Текст : непосредственный // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2017. – Т. 11. – № 1. – С. 36–44. – ISSN 1997-0129.

Alyabieva M.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD in Economics, Professor, Professor of the Chair of Economics

Samoilov I.N.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student

DIAGNOSTICS AND ASSESSMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES ECONOMIC SECURITY LEVEL IN THE BELGOROD REGION

Abstract. The article is devoted to diagnostic processes and assessment procedures in the field of economic security in the economic activities of industrial enterprises. Diagnostics is an important tool for analytical work to ensure the economic security of industrial enterprises and allows not only to identify threats, but also to develop preventive measures to prevent them. Also, using diagnostic tools, the overall level of economic security can be assessed. The article contains a grouping of factors that influence the level of economic security of an industrial enterprise. The article substantiates the need for diagnostic procedures. A methodology is given for assessing the integral level of ensuring the economic security of an industrial enterprise, based on grouping indicators by safety components. The article tested this methodology on data from JSC Belgorod Cold Storage Plant, an industrial enterprise that produces ice cream and is a leader in this industry. The purpose of the study is to improve the methodological tools for assessing the level of economic security of an industrial enterprise. Research methods: generalization, induction, deduction, synthesis, analysis, scientific measurement and others. Research results: expansion of the theoretical and methodological foundations for diagnosing and assessing the level of ensuring economic security of industrial enterprises. It is concluded that timely diagnostics and assessment of the level of economic security are important components of achieving high performance indicators of industrial enterprises.

Keywords: economic security, assessment of economic security, diagnostics, level of economic security.

References

1. Alyabieva, M.V., Vladimirova, V.G. (2020). *Ekonomicheskiy i marketingovyy analiz v sisteme obespecheniya ekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatiya i yego sovershenstvovaniye: monografiya* [Economic and marketing analysis in the system of ensuring the economic security of an enterprise and its improvement: monograph]. Moscow: Rusains.
2. Dotsenko, D.V., Kruglov, V.N. (2009). *Ekonomicheskaya bezopasnost': metodologicheskiye aspekty i sostavlyayushchiye* [Economic security: methodological aspects and components]. Audit i finansovyy analiz [Audit and Financial Analysis]. 4, 415–427. ISSN 2618-9828.
3. Klimenko, O.I., Morozov, R.O. (2019). *Rasshireniye funktsionala diagnostiki v issledovaniyakh ekonomiceskoy bezopasnosti* [Expanding diagnostic functionality in economic security studies]. Vestnik Belgorodskogo universiteta cooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 5 (78), 9–20. ISSN 2223-5639.
4. Kovalenko, D.I., Nekhoroshikh, V.A. (2017). *Otsenka urovnya finansovo-ekonomiceskoy bezopasnosti predpriyatiya v usloviyakh nestabil'nosti: teoretiko-metodicheskiy aspekt* [Assessing the level of financial and economic security of an enterprise in conditions of instability: theoretical and methodological aspect].

Mezhdunarodnyy nauchnyy zhurnal Internauka. Seriya: Ekonomicheskiye nauki [International scientific journal Internauka. Series: Economic Sciences]. 6 (6), 33–38. ISSN 2520-2294.

5. Kozlova, E.P., Tsareva, I.A. (2016). Kriterii otsenki urovnya ekonomiceskoy bezopasnosti promyshlennogo predpriyatiya [Criteria for assessing the level of economic security of an industrial enterprise]. Novaya nauka: opyt, traditsii, innovatsii [New Science:

Experience, Traditions, Innovations]. 12-1, 91–92. ISSN 2412-9747.

6. Pluzhnikov, V.G., Kukharenko, S.I., Shikina, S.A. (2017). Diagnostika kak instrument obespecheniya ekonomiceskoy bezopasnosti predpriyatiya [Diagnostics as a tool for ensuring the economic security of an enterprise]. Vestnik YUUrGU. Seriya «Ekonomika i menedzhment» [Bulletin of SUSU. Series "Economics and Management"]. 11 (1), 36–44. ISSN 1997-0129.

e-mail: amb.15@yandex.ru

Шнорр Ж.П.

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры бизнеса в сфере услуг

ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА КАК ДОМИНАНТА ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация. Цель статьи – систематизация ключевых направлений, целевых установок, практики и перспектив внедрения технологий искусственного интеллекта в деятельность ритейлеров в контексте доминантного влияния на цифровизацию экономики розничной торговли. В статье рассматриваются тренды рынка искусственного интеллекта в ритейле, катализаторы роста и цели внедрения технологических стартапов искусственного интеллекта в сферу торговых услуг. Уделено внимание функциональной области применения технологий искусственного интеллекта в деятельности субъектов розничной торговли на современном этапе. Обосновано, что технологии искусственного интеллекта являются прогрессивным инструментом развития экономики розничной торговли, формируют бизнес-модели и клиентский опыт, широкое внедрение которых сформирует предпосылки нового этапа развития на качественно иной основе. Особое внимание автором удалено развитию искусственного интеллекта в российской торговле, уровню внедрения и целям использования технологий искусственного интеллекта в сравнении с достигнутыми индикаторами в целом по всем видам экономической деятельности. Перечислены задачи, которые решаются в розничной торговле с использованием технологий искусственного интеллекта. Приведены примеры внедрения технологий искусственного интеллекта в деятельность субъектов розничной торговли. Обозначены направления и перспективы развития технологий искусственного интеллекта в экономике розничной торговли.

Ключевые слова: розничная торговля, экономика, цифровизация, технологии, искусственный интеллект.

Введение. Цифровизация открывает широкие перспективы и новые возможности для развития бизнеса во всех отраслях экономической деятельности на качественно иной основе. Переход к новому технологическому укладу и цифровая трансформация экономики предусматривают внедрение цифровых высокотехнологичных решений, одним из которых является искусственный интеллект. Искусственный интеллект относится к прорывной «сквозной» цифровой технологии, обладающей колоссальным потенциалом для экономического роста, обес-

печивающей качественно новый уровень эффективности деятельности и развитие цифрового бизнеса. По мнению экспертов, искусственный интеллект даст старт новому этапу развития экономики. В ближайшие 10 лет, благодаря использованию технологий искусственного интеллекта, уровень производительности труда возрастет на 40%, обеспечив прирост мирового валового продукта на 7 трлн долл. [1].

Концепции искусственного интеллекта и переходу на технологии искусственного интеллекта удалено повышенное внимание на государственном уровне

управления. Так, одним из федеральных проектов, принятых в рамках национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» – стратегического ориентира перехода к новому технологическому укладу и достижения цифровой зрелости, является проект «Искусственный интеллект», реализация которого начата в 2021 году [2].

Федеральный проект направлен на формирование благоприятной институционально-правовой среды и создание условий для развития искусственного интеллекта в Российской Федерации.

Для внедрения технологий искусственного интеллекта разработана дорожная карта развития «сквозной» цифровой технологии «Нейротехнологии и искусственный интеллект» и ряд других документов [4]. Особое значение имеет Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года, утвержденная Указом Президента РФ от 10.10.2019 №490 [3], реализация которой на современном этапе предусматривает «обеспечение массового внедрения технологий искусственного интеллекта, охват всех отраслей экономики, социальной сферы и системы государственного управления» [3].

Сфера розничной торговли демонстрирует активное внедрение цифровых технологий, обусловленное высоким уровнем конкуренции, необходимостью создания новых потребительских ценностей для клиентов, повышением эффективности торговых услуг.

Практика деятельности ритейла убедительно свидетельствует, что торговля относится к числу наиболее перспективных отраслей с огромным потенциалом для цифрового развития, внедрения современных инновационных решений и «сквозных» цифровых технологий, включая технологии искусственного интеллекта. По мнению экспертов, «индустрия глобального ритейла является одним из

лидеров по адаптации решений на основе искусственного интеллекта» [5, с. 9]. Технологии искусственного интеллекта обеспечивают наибольший экономический эффект от цифровых технологических решений, оказывая значительное влияние на цифровую траекторию ритейла. Однако полномасштабное внедрение искусственного интеллекта в деятельность российских ритейлеров на системной основе пока не достигнуто [5, 6, 7].

Следует отметить, что вопросы и проблематика развития торговли в условиях цифровых трансформаций находятся в центре пристального внимания научного сообщества и специалистов-практиков, о чем свидетельствуют многочисленные опубликованные научные работы [7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14]. Отдельного внимания заслуживают научные и практические разработки, отчеты ведущих центров, консалтинговых агентств и ассоциаций касательно содержания, области применения и перспективности внедрения технологий искусственного интеллекта в сферу розничной торговли и торговых услуг [5, 6, 7]. В современных условиях представляет интерес изучение искусственного интеллекта с учетом доминантного влияния искусственного интеллекта на процесс цифровых преобразований бизнес-процессов в современной торговле, что предопределило актуальность темы исследования.

Цель настоящего исследования заключается в систематизации основных направлений, целевых установок, практик и перспектив внедрения технологий искусственного интеллекта.

Методы исследования. Исследование выполнено на основе общенаучных методов познания, библиометрического анализа, контент-анализа научных работ, опубликованных в рецензируемых изданиях; экспертно-аналитических отчетов и материалов, размещенных в открытом доступе в сети Интернет;

методического инструментария изучения лучших практик внедрения проектов и технологических решений искусственного интеллекта в деятельность торговых организаций.

Результаты исследования. Рынок искусственного интеллекта относится к быстрорастущему сегменту рынка «сквозных» цифровых технологий, емкость которого неуклонно растет. По прогнозным оценкам известных крупнейших аналитических компаний, в 2023 году мировой рынок искусственного интеллекта составит около 140 млрд долл., достигнув в 2030 году величины 1,76 трлн долл. Прогнозируется, что в среднем за рассматриваемый период объемы продаж на рынке искусственного интеллекта будут увеличиваться почти на 30% ежегодно, опережая в своей положительной динамике другие сегменты рынка цифровых технологий [1].

Глобальный ритейл относится к отраслям-лидерам по привлечению инвестиций в технологии искусственного интеллекта и внедрению проектов в бизнес-процессы. Так, по данным ученых Стэнфордского университета, в 2022 году в глобальном ритейле величина инвестиций в цифровые проекты на основе искусственного интеллекта составила 4,2 млрд долл., в 2023 году торговые сети также продолжают наращивать объемы инвестиций в технологии искусственного интеллекта, оставаясь в числе отраслей-лидеров [1].

В географическом сегменте по уровню применения искусственного интеллекта лидирует Европейский регион, по количеству поставщиков решений для ритейл-сегмента – Северо-Американский и Азиатский регионы. На современном этапе отмечен рост собственных разработок платформ искусственного интеллекта крупнейшими ритейлерами в сфере элек-

тронной коммерции, которые используются для оптимизации внутренних бизнес-процессов, а также в качестве сервисных инструментов при взаимодействии с партнерами и клиентами [1, 5].

Катализаторами роста или драйверами развития искусственного интеллекта в розничной торговле являются:

- потребность в программном обеспечении ритейлеров для предиктивной аналитики при прогнозировании спроса на торговые услуги и товары, моделирования потребительского поведения на основе обработки больших объемов сложной неструктурированной информации;

- необходимость улучшения методов клиентского сервиса и оптимизации взаимодействия с клиентами;

- потребность в автоматизации внутренней операционной деятельности на складе, включая управление товарными запасами;

- потребность в оптимизации управления сложными цепочками поставок, ценообразования и т.д.

Согласно данным Institute for Business Value, ритейлеры используют технологические стартапы искусственного интеллекта в следующих целях и направлениях: планирование поставок и прогнозирование спроса (85%); улучшение клиентского сервиса (79%); маркетинг и реклама (75%); складские операции, ценообразование и продвижение (73%) [14, 15]. Технологии искусственного интеллекта включают компьютерное зрение, обработку естественного языка, распознавание и синтез речи, интеллектуальную поддержку принятия решения, перспективные методы искусственного интеллекта [3].

Область применения технологий искусственного интеллекта в розничной торговле представлена в таблице 1.

Область применения технологий искусственного интеллекта в деятельности субъектов розничной торговли*

Технология	Область применения
Компьютерное зрение	распознавание товаров и блюд
	идентификация покупателей
	мониторинг полок в автоматизированном режиме
	видеоаналитика для контроля качества сервиса
Обработка естественного языка	авторизация омниканальных сценариев взаимодействия с клиентами
	голосовой помощник (чат-бот) для общения с клиентами
	автоматизация службы интерактивного голосового меню и колл-центров
Распознавание и синтез речи	голосовой помощник (чат-бот) для маршрутизации и обработки обращений клиентов
	голосовой помощник (чат-бот) для обработки заказов
	голосовая биометрия
Интеллектуальная поддержка принятия решений	определение высоких зон спроса на доставку
	оптимизация ценообразования
	прогнозирование спроса
	формирование персонализированных предложений
	прогноз складских запасов
Перспективные методы искусственного интеллекта	роботизированный склад
	доставка товаров беспилотными аппаратами
	магазины без касс и оплаты товаров на месте

*Составлено по: [17].

Эксперты в области технологий искусственного интеллекта утверждают, что «отрасль розничной торговли – одна из наиболее перспективных для внедрения искусственного интеллекта, ее будущее заключается в переходе к бизнес-моделям, создающим кардинально новые типы бизнес-процессов и новый клиентский опыт» [6, с. 7], благодаря чему у ритейлеров появляются дополнительные преимущества в конкурентной борьбе за покупателей, точки роста отраслевой экономики и производительности труда.

Применение технологий искусственного интеллекта в деятельности ритейлеров свидетельствует о появлении нового инструмента для развития экономики розничной торговли, оказывающего положительное влияние на конкурентоспособность, клиентский опыт и повышение

эффективности. Например, только использование предиктивной (прогностической) информации в целях динамического ценообразования, полученной при помощи искусственного интеллекта, «позволяет компаниям в сфере ритейла добиться увеличения прибыли на 10% и выручки – на 12%» [6, с. 8], а автоматизация коммуникаций взаимодействия с клиентами на основе искусственного интеллекта «помогает сокращать время ожидания клиента на линии до 1 секунды и увеличивать до 40% долю покупателей, которые моментально получают ответ на свой вопрос. Благодаря механизму предприятия также на 70% снижают затраты на обслуживание контакт-центров» [6, с. 2].

Среди зарубежных ритейлеров представляет интерес внедрение технологий искусственного интеллекта в дея-

тельность североамериканской компании «Amazon» [6, 18]. Американский онлайн-ритейлер «Amazon» в 2016 году открыл в Сиэтле первый магазин нового типа «Amazon Go» – магазин без касс с использованием технологий компьютерного зрения, глубинного обучения и сочетания сенсорных данных, полученных из разных источников. По состоянию на февраль 2023 у «Amazon» был открыт 31 магазин «Amazon Go», в которых в торговом зале не предусмотрен персонал [18].

Также компания «Amazon» разработала и внедрила в распределительную деятельность полностью автономного мобильного робота «Proteus», который перемещается по складским объектам компании, используя передовые технологии (компьютерное зрение) для обеспечения безопасности, восприятия и навигации. Робот помогает сотрудникам в подъеме и перемещении тележек «Go Cart» – неавтоматизированных колесных транспортных средств, используемых для перемещения посылок через складские объекты [6, с. 15].

Следующая разработка «Amazon» с использованием искусственного интеллекта – складской робот-сортировщик нового поколения «Amazon Sparrow». Робот использует комбинацию систем компьютерного зрения, алгоритмов глубокого обучения и методов машинного обучения для точной идентификации предметов и их сортировки. Благодаря технологиям искусственного интеллекта робот может различать формы, цвета и узоры и принимать решения о том, где размещать товары на складе и в полочном пространстве [6, с. 16].

Ритейлер на базе искусственного интеллекта имеет собственный сервис «Amazon Personalize», применяемый для гиперперсонализированных рекомендаций и улучшения обслуживания клиентов. Нейросеть собирает и обрабатывает большой объем данных, в том числе метрики уровня потребительской активности, информа-

цию о продукте и пользователе. Цифровой сервис проверяет данные, определяет уникальные функции, выбирает гиперпараметры, обучает и оптимизирует модели, а также выполняет множество внутренних функций, прежде чем пользователи – потенциальные клиенты получат свои персонализированные рекомендации [6, с. 21].

Одним из лидеров по внедрению искусственного интеллекта в российской розничной торговле является компания ПАО «Х5 Group». Так, торговая сеть «Пятерочка» (ПАО «Х5 Group») разработала и внедрила цифровую платформу искусственного интеллекта «Спрос» для прогнозирования спроса на товары в автоматизированном режиме с использованием полученной информации для экономического обоснования количества, частоты и размера партий заказов с целью оптимизации процессов товарообеспечения распределительных центров и объектов розничной торговли.

Платформа «Спрос» базируется на многофакторной прогнозной аналитике, учитывающей более 200 признаков и индикаторов, включая ценовую эластичность, покупательский трафик, ассортиментную матрицу, объем продаж, рекламные активности, товарные запасы, конкурентную среду, конъюнктуру рынка и другие факторы. Для этого используется технология машинного обучения, которая делает возможным агрегирование и анализ все большего количества факторов. Благодаря внедрению решения, увеличилась точность прогнозирования поступления товаров на склады и в магазины, сократилась величина товарных запасов в распределительных центрах и в магазинах, улучшились параметры товарообеспечения, наличие товаров в полочном пространстве розничных торговых объектов, сократился объем списаний товаров и товарных потерь [6, с. 19].

В торговой сети «Перекресток» (ПАО «Х5 Group») на базе искусственного интеллекта внедрена разработка, формиру-

ющая персональные предложения для всех участников программы лояльности «Клуб Перекрёсток». С помощью технологии машинного обучения система собирает и анализирует данные клиентов по группам, ориентируясь на аналогичные и схожие покупательские признаки, подготавливает гиперперсонализированные предложения для них [6, с. 21].

В феврале 2023 года ритейлер ПАО «X5 Group» «запустил платформу мониторинга ИТ-ландшафта компании на базе искусственного интеллекта. Система по-

зволяет контролировать цифровую инфраструктуру компании на всех уровнях: от работы кассовых аппаратов в магазине до системы планирования поставок и взаимодействия с контрагентами» [19].

Использование технологий искусственного интеллекта в практике российских торговых предприятий отстает от мирового уровня, по оценкам экспертов, приблизительно в два раза, но превышает уровень внедрения искусственного интеллекта в целом по всем субъектам национальной экономики (табл. 2).

Таблица 2

**Уровень внедрения искусственного интеллекта в торговле и в целом по видам экономической деятельности в Российской Федерации в 2020–2021 гг.
(в % от общего числа организаций)***

Вид деятельности	2020	2021	Отклонение
Торговля	13,0	14,4	1,4
В целом по всем видам экономической деятельности	5,4	5,7	0,3

*Составлено по: [20, с. 221].

Уровень использования технологий по их видам, сложившийся в отечествен-

ной торговле и в целом по экономической деятельности, представлен в таблице 3.

Таблица 3

Цели использования технологий искусственного интеллекта в торговле и в целом по видам экономической деятельности в Российской Федерации в 2020–2021 гг. (в % от общего числа организаций)*

Технология, цель использования	Торговля		В целом по всем видам экономической деятельности	
	2020	2021	2020	2021
Интеллектуальный анализ данных	10,1	9,9	3,8	3,3
Обработка естественного языка	10,7	10,4	3,8	3,3
Компьютерное зрение	10,4	9,9	3,7	3,1
Распознавание и синтез речи	10,0	9,6	3,6	3,1
Интеллектуальная поддержка принятия решений	9,5	8,9	3,3	2,7
Автоматизация процессов	10,4	9,9	3,1	3,0
Анализ данных, основанных на алгоритмах глубинного обучения	9,9	9,7	2,8	2,8
Другие цели	10,9	10,4	3,3	2,7

*Составлено по: [20, с. 237–239]

Приведенные данные свидетельствуют, что использование видового диапазона технологий искусственного интеллекта в торговле несколько превышает среднероссийский уровень по всем видам технологических решений. Это во многом объясняется многозадачностью данной сферы экономической деятельности и сформированными огромными наборами данных в торговле, полученными при взаимодействии с клиентами и продажах, которые могут использоваться инструментарием искусственного интеллекта, в частности, нейросетями, для интеллектуальной обработки данных.

На данном этапе уровень готовности торговли к внедрению искусственного интеллекта соответствует уровню развивающихся отраслей и свидетельствует о нахождении технологий искусственного интеллекта в российских торговых сетях и торговых компаниях «на стадии имплементации и наличии определенных резервов роста» [7, с. 111].

Отметим, что в более выгодном положении находится сегмент онлайн-торговли, так как у маркетплейсов, интернет-магазинов, цифровых агрегаторов сформированы большие объемы сложных данных, позволившие использовать технологии искусственного интеллекта достаточно давно, «начиная с использования рекомендательных алгоритмов, up-sale и cross-sale продаж, автоматического перевода текста, динамического ценообразования, генерации контента карточек и обработки массовых запросов клиентов» [6, с. 3].

В сегменте традиционной розничной торговли (оффлайн-торговле) такие массивы данных только формируются и накапливаются, систематизация которых «способна привести к выявлению новых зависимостей и оптимизации существующих процессов внутри компаний» [6, с. 7].

На современном этапе можно выделить следующие укрупненные задачи, решаемые в розничной торговле на основе технологий искусственного интеллекта в комплексе с аналитической обработкой огромных наборов данных, роботизацией, бесконтактными технологиями, дополненной реальностью:

- прогнозирование спроса, продаж, товарных запасов;
- цифровизация коммуникаций с клиентами и формирование цифрового клиентского сервиса;
- автоматизация ценообразования, управления продажами, товарными запасами, логистики;
- модернизация логистических и торговых процессов.

В рамках укрупненных задач возможна их детализация, учитывающая опыт реализации бизнес-проектов в деятельности субъектов торговли, а именно: автоматизация системы доставки товаров и заказов покупателей; бесконтактная оплата товаров и развитие клиентского сервиса на основе биометрии; облачная система ценообразования и прогнозирования спроса; сбор и анализ данных о конкурентах; автоматизация коммуникаций с покупателями и клиентами; роботизированные склады; автоматизированные системы по обработке заказов, мониторингу полного пространства, динамическому ценообразованию, распознаванию документации и созданию электронных баз данных, обработке видеофайлов торговых объектов, омниканального взаимодействия с клиентами.

Приедем некоторые примеры лучших практик внедрения технологий искусственного интеллекта в деятельность российских торговых организаций, опубликованные в открытых источниках (табл. 4) [6, 17, 19, 21, 22].

**Внедрение инновационных решений в экономику розничной торговли
на основе искусственного интеллекта***

Ритейлер	Разработчик	Характеристика	Эффект
ООО «Лента»	ООО «Диджитал Консалтинг Солюшанс»	Система прогнозирует плотность заказов, пиковую нагрузку на персонал (службу доставки), эффективно распределяет курьеров в соответствии с уровнем спроса, территориальными локациями, особенностями логистики	Повышение скорости доставки, увеличение пропускной способности службы доставки. Рост количества заказов на 15%, индекса потребительской лояльности до 10%
ПАО «Белуга Групп», ПАО «ИДС Боржоми»	ООО «Смарт Мерч»	Решение представляет собой мобильное приложение для автоматизированной проверки наличия товаров в магазинах, товарных запасах. Система мониторинга полочного пространства в магазинах обрабатывает снимки товаров на полках, формирует отчетность о качестве выкладки, широте и полноте ассортимента	Повышение точности распознавания ассортиментных позиций – 96%, сокращение сроков составления отчетов о продажах и товарных запасах – до 1 суток
ПАО «X5 Group»	ООО «ВижнЛабс»	Система LUNA PLATFORM 5 решает проблему предоставления доступа клиентам к цифровым сервисам на основе биометрии, адаптируется под любые задачи обеспечения безопасности, формирования аналитики о клиентах, анализа потока покупателей, оплаты покупок по биометрии лица	Рост индекса потребительской лояльности клиентов, использующих биометрию, на 17%; сокращение времени оплаты в 2–2,5 раза, сокращение краж на 11%
ООО «АромаЛюкс», торговая сеть «Рив Гош»	ООО «Инфосистемы Джет»	Система лояльности клиентов «Рив Гош» способна подстраиваться под требования и запросы клиентов; самообучается на широком информационном массиве о продажах, транзакциях, структуре и величины чеков; генерирует и анализирует скрытые закономерности потребительского поведения	Повышение среднего чека покупок на 42%, повторных покупок – на 47%

Окончание табл. 4

Ритейлер	Разработчик	Характеристика	Эффект
ООО «МОДИС», ООО «Спар Мидл Волга», ООО «ЕАПТЕКА» и другие	ООО «Диджитал Консалтинг Солюшанс	Облачная система оптимизации процесса цифровизации представляет собой инструмент роста прибыли, покупательских потоков, разработки ценовых стратегий на основе динамического ценообразования для наиболее продаваемых товаров (ассортиментных позиций), учитывая уровень спроса, эластичность спроса, наличие товарного запаса, конъюнктуру рынка	Рост количества заказов на 30%; величины среднего чека – на 10%, продаж – на 34%
АО «Фаберлик»	ООО «PMC», ООО «РОНАВИ РОБОТИКС»	Решение обеспечивает безаварийное и эффективное движение роботов за счет адаптивного построения маршрутов с учетом движения других роботов и возникающих препятствий. После приемки товаров роботы транспортируют паллеты к стеллажам высотного хранения, погрузчик поднимает и устанавливает их на необходимый уровень стеллажа	Рост пропускной способности склада на 25%, повышение производительности труда на 120%

*Составлено по: [6, 17].

Несмотря на эффекты искусственного интеллекта, повышение оперативной гибкости, скорости и качества принятия управлеченческих решений, темпы внедрения технологий искусственного интеллекта пока не высоки в силу имеющихся ограничений как объективного, так и субъективного характера. Согласно данным аналитического отчета «Индекс готовности приоритетных отраслей экономики Российской Федерации к внедрению искусственного интеллекта», подготовленного специалистами Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации и учеными МГУ имени М.В. Ломоносова, к основным факторам, сдерживающим раз-

витие искусственного интеллекта в торговых организациях, относятся финансовые ограничения и недостаточность крупных инвестиций; недостаток специалистов с необходимыми компетенциями; низкий уровень совместимости с существующей инфраструктурой и формализации данных; слабая информированность ритейлеров о возможностях использования искусственного интеллекта и полученных эффектах; отсутствие четкой стратегии развития технологий искусственного интеллекта в торговых организациях и поддержки со стороны государства [7, с. 106–107].

Также следует упомянуть о рисках и угрозах, которые несколько ограничива-

ют внедрение искусственного интеллекта, в том числе этические проблемы и дискуссии, несовершенство правовой природы регулирования искусственного интеллекта, киберугрозы и другие вызовы. Отдельно следует отметить наличие угрозы для некоторых категорий персонала, занятого в экономике розничной торговли. Так, «уже сейчас две трети рабочих мест в США находятся под угрозой из-за внедрения искусственного интеллекта. Сотрудники таких сфер, как юристы или административный персонал, успешно замещаются различными решениями в области искусственного интеллекта» [7, 14].

Вместе с тем, сфера технологий искусственного интеллекта развивается стремительно, во многом влияя на достижение цифровой зрелости и темпы цифровизации торговых услуг в целом, что обуславливает необходимость высокой скорости реакции со стороны субъектов торговли, привлечения инвестиций, развития механизма государственно-частного партнерства.

Наиболее крупные инвестиции в технологии искусственного интеллекта ожидаются со стороны государства. В рамках федерального проекта «Искусственный интеллект» на цели государственной поддержки проектов в сфере искусственного интеллекта до 2024 года будет выделено 5,26 млрд рублей [23]. Считаем возможным высказать предположение, что всеобъемлющее применение технологий искусственного интеллекта и влияние на деятельность торговых организаций произойдет примерно через 5–7 лет, когда будут подготовлены необходимая цифровая инфраструктура, программное обеспечение, персонал.

Внедрение технологий искусственного интеллекта в экономику розничной торговли в перспективе будет определяться их перманентным развитием в направлении цифровой трансформации, включая: формирование экосистемы искусствен-

ного интеллекта; активное использование аналитики больших объемов данных для получения прогностической информации, предиктивного бизнес-анализа и оценки рисков; создание единой системы управления логистическими потоками и сложными цепями поставок; глубокую персонификацию клиентского опыта; сервисоориентированность деятельности, повышение качества обслуживания и коммуникаций с клиентами; расширение проникновения и внедрения искусственного интеллекта во внутренние бизнес-процессы субъектов торговли; высокотехнологичные решения на основе интеграции данных метавселенной и искусственного интеллекта; замещение человеческого труда машинным.

Выводы и заключение. В ходе проведенного исследования было установлено, что в экономике розничной торговли технологии искусственного интеллекта оказывают важное влияние на бизнес-процессы торговых организаций, обслуживание клиентов и в целом на цифровизацию сферы торговых услуг. Розничная торговля относится к отраслям экономики, наиболее перспективным для внедрения технологий искусственного интеллекта. Это обусловлено высокой инновационной восприимчивостью и многозадачностью розничной торговли, постоянным взаимодействием с потребителями и поставщиками, сформированными наборами данных.

На данном этапе уровень готовности отечественной розничной торговли к внедрению искусственного интеллекта соответствует уровню развивающихся отраслей. Технологии искусственного интеллекта находят свое применение в большинстве бизнес-процессов торговых организаций на качественно иной основе, включая автоматизацию внутренней операционной деятельности, управление товарными запасами и продажами, прогнозирование спроса, оптимизацию ценообразования, совершенствование ком-

муникаций с клиентами. Разработки и платформы искусственного интеллекта позволяют создавать новые потребительские ценности для клиентов, новые бизнес-модели, демонстрируют высокую экономическую эффективность для торговых организаций.

Дальнейшее внедрение технологий искусственного интеллекта в деятельность субъектов розничной торговли будет зависеть во многом от снижения уровня угроз и рисков, возникающих в связи с искусственным интеллектом, реализации мер государственной поддержки технологических инициатив, готовности и восприимчивости общества к подобным технологическим решениям, бизнес-моделей и стратегий развития торговых услуг на основе искусственного интеллекта с учетом доминантного влияния на цифровизацию розничной торговли, что нуждается в дальнейших разработках и будет продолжено в дальнейшем.

Список литературы

1. Искусственный интеллект изменит мировую экономику. – Режим доступа: https://www.cnews.ru/reviews/ii_2023/articles/iskusstvennyj_intellekt_izmenit – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 05.10.2023). – Текст : электронный.

2. Паспорт федерального проекта «Искусственный интеллект» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <https://sudact.ru/law/pasport-federalnooproekta-iskusstvennogo-intellekt-natsionalnoiprogrammy/>. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 08.10.2023). – Текст : электронный.

3. О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на

период до 2030 года») : Указ Президента Российской Федерации от 10 октября 2019 г. № 490. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731>. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 05.10.2023). – Текст : электронный.

4. Дорожная карта развития «сквозной» цифровой технологии «Нейротехнологии и искусственный интеллект». – Режим доступа: <https://digital.gov.ru/uploaded/files/07102019ii.pdf>. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 09.10.2023). – Текст : электронный.

5. Искусственный интеллект в ритейле: практика российского бизнеса / Аналитический отчет // РАЭК и НИУ ВШЭ. – URL: <https://raec.ru/upload/files/ii-retail-2020.pdf>. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 09.10.2023). – Текст : электронный.

6. Эффективные отечественные практики на базе технологий искусственного интеллекта в розничной торговле (ритейле) : аналитический отчет // АНО «Цифровая экономика». – URL: https://files.data-economy.ru/Docs/Effektivnye_otechestvennye_praktiki.pdf. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 09.10.2023). – Текст : электронный.

7. Индекс готовности приоритетных отраслей экономики Российской Федерации к внедрению искусственного интеллекта. Национальный портал в сфере искусственного интеллекта : аналитический отчет // Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации ; МГУ имени М.В. Ломоносова. – 2021. – 159 с. – URL: <https://ai.gov.ru/implementation/index/>. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 09.10.2023). – Текст : электронный.

8. Тарасова, Е. Е. Маркетплейсы как онлайн-платформы развития интернет-торговли в России / Е. Е. Тарасова, Е. В. Матузенко, О. А. Глазунова. – Текст : непосредственный //

Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 4(95). – С. 100–112.

9. Тарасова, Е. Е. Инновации в коммерческой деятельности / Е. Е. Тарасова, Е. В. Матузенко, Ю. А. Наплекова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – № 2(69). – С. 198–209.

10. Снитко, Л. Т. Цифровая экономика как среда формирования конкурентных преимуществ сетевых торговых организаций / Л. Т. Снитко, Л. В. Теплова, В. С. Патулов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 1(80). – С. 24–34.

11. Наговицина, Л. П. Детерминанты формирования инновационного пространства ритейла в условиях цифровой экономики. – Текст : непосредственный / Л. П. Наговицина, Ж. П. Шнорр // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 6(79). – С. 52–71.

12. Наговицина, Л. П. Розничная торговля 4.0: характерные черты и технологии развития / Л. П. Наговицина, Ж. П. Шнорр. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 3(82). – С. 260–278.

13. Жуковская, И. Ф. Ритейл 4.0: розничная торговля в цифровом мире / И. Ф. Жуковская. – Текст : непосредственный // Modern economy success. – 2023. – № 1. – С. 325–331.

14. Токарь, Е. В. Основные тренды и перспективы развития розничной торговли в эпоху цифровизации / Е. В. Токарь, Л. В. Соловьева, Д. А. Рогов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 1(98). – С. 40–50.

15. Федяков, И. Ждем революцию в ритейле, связанную с искусственным интеллектом / И. Федяков. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/ivan-fedyakov-infoline-zhdem-revoluutsiyu-v-riteyle-svyazannuyu-s-iskusstvennym-intellektom/>. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 08.10.2023). – Текст : электронный.

16. The coming AI revolution in retail and consumer products. – Режим доступа: <https://www.ibm.com/downloads/cas/NDE0G4LA>. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 02.10.2023). – Текст : электронный.

17. Карта эффективных практик по использованию искусственного интеллекта в ритейле. – Режим доступа: https://files.data-economy.ru/Docs/Iskusstvennyj_intellekt_v_ritejle_Rossii.pdf. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 05.10.2023). – Текст : электронный.

18. Как Amazon использует глубокое обучение в новом Amazon Go? – Режим доступа: <https://qaa-engineer.ru/kak-amazon-ispolzuet-glubokoe-obuchenie-v-novom-amazon-go/>. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 05.10.2023). – Текст : электронный.

19. Искусственный интеллект в начале 2023 года: что произошло в России и мире. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/642d38a49a7947ba2fd78739>. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 02.10.2023). – Текст : электронный.

20. Индикаторы цифровой экономики: 2022 : статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. // Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва : НИУ ВШЭ, 2023. – 332 с. – Текст : непосредственный.

21. Нейросеть для розницы. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/acer-rossiya-4k-monitor-predator-x27-s-chastotoy-144-gts-i->

podderzhkoy-nvidia-g-sync-hdr/. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 06.10.2023). – Текст : электронный.

22. Слежка в торговых центрах, роботы-грузчики и шопинг в VR-шлеме: топ-5 трендов ритейла. – Режим доступа: <https://vc.ru/future/866127-slezhka-v-torgovyh-centrah-roboty-gruzchiki-i-shopping-v-vr-shleme-top-5-trendov-riteyl>

a?ysclid=loe382zwid448363629. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 02.10.2023). – Текст : электронный.

23. В РФ на развитие искусственного интеллекта до 2024 года выделят 5,26 млрд руб. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/russia/768346>. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 12.10.2023). – Текст : электронный.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGY AS A DOMINANT IN THE RETAIL TRADE ECONOMY DIGITALIZATION

Abstract. The purpose of the article is to systematize the key directions, targets, practices and prospects for introducing artificial intelligence technologies into the activities of retailers in the context of the dominant influence on the digitalization of the retail trade economy. The article discusses the trends in the artificial intelligence market in retail, catalysts for growth and the goals of introducing artificial intelligence technology start-ups into the field of retail services. Attention is paid to the functional area of application of artificial intelligence technologies in the activities of retail trade entities at the present stage. It is substantiated that artificial intelligence technologies are a progressive tool for the development of the retail trade economy, forming business models and customer experience, the widespread implementation of which will form the prerequisites for a new stage of development on a qualitatively different basis. The author paid special attention to the development of artificial intelligence in Russian trade, the level of implementation and goals of using artificial intelligence technologies in comparison with the achieved indicators in general for all types of economic activity. The tasks that are solved in retail trade using artificial intelligence technologies are listed. Examples of the implementation of artificial intelligence technologies in the activities of retail trade entities are given. The directions and prospects for the development of artificial intelligence technologies in the retail economy are outlined.

Keywords: retail trade, economics, digitalization, technology, artificial intelligence.

References

1. Iskusstvennyy intellekt izmenit mirovuyu ekonomiku [Artificial intelligence will change the global economy]. Retrieved from: https://www.cnews.ru/reviews/ii_2023/articles/iskusstvennyj_intellekt_izmenit

2. Pasport federal'nogo proyekta «Iskusstvennyy intellekt» natsional'noy programmy «Tsifrovaya ekonomika Rossiyskoy Federatsii». Sudebnyye i normativnyye akty RF [Passport of the federal project “Artificial Intelligence” of the national program “Digital Economy of the Russian Federation”. Judicial and regulatory acts of the Russian Federation]. Retrieved from: <https://sudact.ru/law/pasport-federalnoqoproekta-iskusstvenni-intellekt-natsionalnoiproqrammv/>.

3. Ukaz Prezidenta Rossiyskoy Federatsii ot 10 oktyabrya 2019 g. №

490 «O razvitiu iskusstvennogo intellekta v Rossiyskoy Federatsii» (vmeste s «Natsional'noy strategiyey razvitiya iskusstvennogo intellekta na period do 2030 goda») [Decree of the President of the Russian Federation of October 10, 2019 No. 490 “On the development of artificial intelligence in the Russian Federation” (together with the “National Strategy for the Development of Artificial Intelligence for the period until 2030”)]. Retrieved from: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731>.

4. Dorozhnaya karta razvitiya «skvoznoy» tsifrovoy tekhnologii «Neyrotehnologii i iskusstvennyy intellekt» [Roadmap for the development of “end-to-end” digital technology “Neurotechnologies and artificial intelligence”]. Retrieved from: <https://digital.gov.ru/uploaded/files/07102019ii.pdf>.

5. Iskusstvennyy intellekt v riteyle: praktika rossiyskogo biznesa. Analiticheskiy

otchet RAEK i NIU VSHE [Artificial intelligence in retail: Russian business practice. Analytical report of RAEC and National Research University Higher School of Economics]. Retrieved from: <https://raec.ru/upload/files/ii-retail-2020.pdf>.

6. Effektivnyye otechestvennyye praktiki na baze tekhnologiy iskusstvennogo intellekta v roznichnoy torgovle (riteyle) / Analiticheskiy otchet. ANO «Tsifrovaya ekonomika» [Effective domestic practices based on artificial intelligence technologies in retail trade (retail) / Analytical report. ANO "Digital Economy"]. Retrieved from: [\.](https://files.data-economy.ru/Docs/Effektivnye_otechestvennye_praktiki.pdf)

7. Indeks gotovnosti prioritetnykh otriasley ekonomiki Rossiyskoy Federatsii k vnedreniyu iskusstvennogo intellekta. Natsional'nyy portal v sfere iskusstvennogo intellekta. Analiticheskiy otchet. Analiticheskiy tsentr pri Pravitel'stve Rossiyskoy Federatsii; MGU imeni M.V. Lomonosova [Index of readiness of priority sectors of the Russian economy for the implementation of artificial intelligence. National portal in the field of artificial intelligence. Analytical report. Analytical Center for the Government of the Russian Federation; Moscow State University named after M.V. Lomonosov]. 2021. Retrieved from: <https://ai.gov.ru/implementation/index/>.

8. Tarasova, E.E., Matuzenko, E.V., Glazunova, O.A. (2022). Marketpleysy kak onlays-platformy razvitiya Internet-torgovli v Rossii [Marketplaces as online platforms for the development of Internet commerce in Russia]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4 (95), 100–112.

9. Tarasova, E.E., Matuzenko, E.V., Naplekova, Yu.A. (2018). Innovatsii v kommerscheskoy deyatel'nosti [Innovation in commercial activities]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii,

ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 2 (69), 198–209.

10. Snitko, L.T., Teplova, L.V., Patulov, V.S. (2020). Tsifrovaya ekonomika kak sreda formirovaniya konkurentnykh preimushchestv setevykh torgovykh organizatsiy [Digital economy as an environment for the formation of competitive advantages of network trading organizations]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (80), 24–34.

11. Nagovitsina, L.P., Shnorr, Zh.P. (2019). Determinanty formirovaniya innovatsionnogo prostranstva riteyla v usloviyah tsifrovoy ekonomiki [Determinants of the formation of innovative retail space in the digital economy]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 6 (79), 52–71.

12. Nagovitsina, L.P., Shnorr, Zh.P. (2020). Roznichnaya torgovlya 4.0: kharakternyye cherty i tekhnologii razvitiya [Retail 4.0: characteristic features and development technologies]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (82), 260–278.

13. Zhukovskaya, I.F. (2023). Riteyl 4.0: roznichnaya torgovlya v tsifrovom mire [Retail 4.0: retail in the digital world]. Modern Economy Success. 1, 325–331.

14. Tokar, E.V., Solovyeva, L.V., Rogov, D.A. (2023). Osnovnyye trendy i perspektivy razvitiya roznichnoy torgovli v epokhu tsifrovizatsii [Main trends and prospects for the development of retail trade in the era of digitalization]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (98), 40–50.

15. Fedyakov I. Zhdem revolyutsiyu v riteyle, svyazannyyu s iskusstvennym intellektom [We are waiting for a revolution in retail associated with artificial intelligence]. Retrieved from: <https://www.retail.ru/articles/ivan-fedyakov-infoline-zhdem-revolyutsiyu-v-riteyle-svyazannyyu-s-iskusstvennym-intellektom/>.
16. The coming AI revolution in retail and consumer products. Retrieved from: <https://www.ibm.com/downloads/cas/NDE0G4LA>.
17. Karta effektivnykh praktik po ispol'zovaniyu iskusstvennogo intellekta v riteyle [Map of effective practices for using artificial intelligence in retail]. Retrieved from: https://files.data-economy.ru/Docs/Iskusstvennyj_intellekt_v_ritejle_Rossii.pdf.
18. Kak Amazon ispol'zuyet glubokoye obucheniye v novom Amazon Go? [How is Amazon using deep learning in the new Amazon Go?]. Retrieved from: <https://qaa-engineer.ru/kak-amazon-ispolzuet-glubokoe-obuchenie-v-novom-amazon-go/>.
19. Iskusstvennyy intellekt v nachale 2023 goda: chto proizoshlo v Rossii i mire [Artificial intelligence at the beginning of 2023: what happened in Russia and the world]. Retrieved from: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/642d38a49a7947ba2fd78739>.
20. Abdrakhmanova, G.I. et al. (2023). Indikatory tsifrovoy ekonomiki: 2022: statisticheskiy sbornik [Indicators of the digital economy: 2022: statistical collection]. M.: NRU VShE.
21. Neyroset' dlya roznitsy [Neural network for retail]. Retrieved from: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/acer-rossiya-4k-monitor-predator-x27-s-chastotoy-144-gts-i-podderzhkoy-nvidia-g-sync-hdr/>.
22. Slezhka v torgovykh tsentrakh, roboty-gruzchiki i shoping v VR-shleme: top-5 trendov riteyla [Surveillance in shopping centers, robot loaders and shopping in a VR helmet: top 5 retail trends]. Retrieved from: <https://vc.ru/future/866127-slezhka-v-torgovyh-centrah-roboty-gruzchiki-i-shopping-v-vr-shleme-top-5-trendov-riteyla?ysclid=loe382zwid448363629>.
23. V RF na razvitiye iskusstvennogo intellekta do 2024 goda vydelyat 5,26 mlrd rub [In the Russian Federation, 5.26 billion rubles will be allocated for the development of artificial intelligence until 2024]. Retrieved from: <https://www.interfax.ru/russia/768346>.

e-mail: Shnorr75@mail.ru

Андрющенко С.А.

Институт аграрных проблем РАН (г. Саратов), д-р экон. наук, зав. лабораторией инновационного развития производственного потенциала агропромышленного комплекса

Васильченко М.Я.

Институт аграрных проблем РАН (г. Саратов), канд. экон. наук, старший научный сотрудник лаборатории инновационного развития производственного потенциала агропромышленного комплекса

ТЕНДЕНЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ ЖИВОТНОВОДСТВА В ПРОСТРАНСТВЕННО-ВРЕМЕННОЙ ПРОЕКЦИИ

Аннотация. Совершенствование пространственной организации производства в соответствии с требованиями устойчивого развития и эффективного использования ресурсного потенциала предполагает оценку размещения и специализации отраслей сельского хозяйства. Целью исследования является выявление тенденций устойчивого развития животноводства и обоснование стратегий развития молочного скотоводства в группах регионов с различным уровнем концентрации производства на основе определения «нормального» уровня концентрации. Теоретико-методологические подходы А. Леша к пространственной организации производства использовались для исследования пределов концентрации производства отдельных видов продукции животноводства в соответствии с критериями устойчивости. Осуществлен критический анализ теоретико-методических подходов к исследованию проблем устойчивого развития сельского хозяйства и пространственной организации отрасли животноводства. Выявлены недостатки концептуальных подходов к аграрной специализации регионов, представленных в Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года. Обоснованы предложения о перспективной специализации как регионов, так и макрорегионов с целью наилучшего использования природно-климатических и территориальных преимуществ. На основе компиляции теоретических подходов А. Леша проведена типология регионов-субъектов РФ по уровню концентрации производства молока. Результаты показали определенную зависимость показателей эффективности использования ресурсов от степени концентрации производства молока, что предопределяет необходимость обоснования стратегий развития молочного скотоводства. Научно обоснована необходимость совершенствования теоретико-методологических и методических подходов к пространственному размещению производства животноводческой продукции в соответствии с критериями устойчивого развития. Проведенные расчеты применительно к молочному скотоводству позволили выделить группы регионов по степени концентрации производства, различающихся по уровню интенсивности и эффективности производства молока. Введено понятие «нормальный» уровень концентрации, который обеспечивает средний уровень эффективности использования ресурсов. Сформулированы предложения по совершенствованию механизмов государственной поддержки молочной отрасли. Обоснованы стратегии развития молочного животноводства в группах регионов с различным уровнем концентрации производства.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, животноводство, молочное скотоводство, пространственное развитие, ресурсный потенциал, специализация производства, устойчивое развитие.

Введение. Исследование устойчивого развития получило отражение в многочисленных трудах как зарубежных, так и российских ученых. Теоретико-методологические подходы к исследованию устойчивого развития нашли отражение в трудах D. Pearce, J. Pezzey, William E. Rees. В частности, David William Pearce, Edward Barbier и Anil Markandya рассматривали устойчивое развитие как способность производства не только удовлетворять текущие потребности, но также ориентироваться на потребности будущих поколений. Выполнение данного условия возможно при наличии определенного запаса ресурсов для будущего производства, что требует соответствующих мер государственного регулирования. Авторы затрагивали также вопросы взаимосвязи между экономическим ростом и устойчивым развитием [1]. J. Pezzey определял устойчивое развитие как на уровне системы, так и на уровне конкретного проекта. Роль государства заключалась в предоставлении корректирующих субсидий на цели сохранения невозобновляемых ресурсов или введения налогов в случае неэффективного хозяйствования и ухудшения качества ресурсов [2].

William E. Rees акцентировал внимание на сравнении традиционного и устойчивого развития. Увеличение мировых объемов производства энергии и материалов привело к распространению экологического следа экономики в глобальном масштабе. Одним из требований устойчивого развития является сохранение экологического разнообразия и продуктивности преимущественно в слаборазвитых регионах [3].

Следует отметить труды одного из самых известных современных зарубежных исследователей в области устойчивого развития H. Daly. Автор рассматривал различные концепции устойчивого развития, разграничивая экологическую и социальную устойчивость, что послужило основой для выделения новой дисциплины – экологической экономики. К важнейшим фак-

торам устойчивого развития H. Daly относили изменения климата, колебания добычи нефти, масштабы производства [4].

Общепринятый подход к устойчивому развитию сельского хозяйства основывается на рассмотрении задач повышения эффективности использования ресурсов, достижения экологической безопасности сельского хозяйства и социальной справедливости агропродовольственных систем в качестве основных направлений обеспечения продовольственной безопасности. Важная роль в достижении устойчивого развития отводится животноводческой отрасли, в значительной степени связанной с проблемами рыночной концентрации, интенсификации производства, сбалансированности ресурсов, выбросами парниковых газов [5].

Проблемы устойчивого развития особенно ощутимы при рассмотрении их в территориально-отраслевом разрезе. Разработка Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года (Стратегии) предполагала решение ряда проблем социально-экономического и технологического характера, включая и устойчивое развитие. Критический анализ и оценка основных положений Стратегии пространственного развития России получили отражение в ряде работ российских ученых [6]. В частности, П.А. Минакир исследовал концептуальные подходы к вопросам пространственного развития и экономического роста с учетом концентрации производственных ресурсов и результатов социально-экономического развития [7]. В Стратегии недостаточно проработаны вопросы институциональных основ и финансового обеспечения реализации поставленных задач. В. Бухвальд и А. Кольчугина отмечают необходимость более широкого отражения в стратегии проблем, связанных с развитием федеративных отношений как основы эффективной реализации государственной региональной политики [8]. Достаточно дискуссионным остается вопрос уменьшения террито-

альной дифференциации в разрезе выделенных в Стратегии макрорегионов [9].

Отдельные ученые считают, что стратегические решения в рамках макрорегионов не устраняют проблему разобщенности экономического пространства, что в большей степени затрагивает сельские территории и предопределяет необходимость корректировки региональной политики с целью достижения критерий устойчивого развития [10]. В развитие данной тематики заслуживают внимания рекомендации по согласованию интересов центра и регионов на основе разработки комплексного инвестиционного проекта для Уральско-Сибирского макрорегиона, что позволит учитывать наряду с национальными приоритетами также ключевые аспекты регионального развития, в том числе возможности технологических преобразований. Роль макрорегионов рассматривается с позиции согласования национальных и региональных приоритетов [11].

Стратегия пространственного развития содержит рекомендации по перспективной экономической специализации регионов-субъектов РФ [12].

Авторская оценка вариантов территориально-отраслевой специализации, включенных в Стратегию, показала недостаточную проработанность вопросов обоснования основных направлений развития агропромышленного комплекса. Следует отметить неоправданно укрупненный характер направлений специализации, в силу чего не исключен ошибочный выбор не-перспективной специализации как условия экономического роста в конкретном регионе. Кроме того, авторами выявлено расхождение между рекомендациями Стратегии в отношении специализации регионов и новыми приоритетными направлениями развития агропромышленного комплекса [13]. Оценка и критический анализ материалов позволили установить, что приоритетные направления развития агропромышленного комплекса не предполагают развитие пе-

реработки животноводческой продукции несмотря на неравномерное размещение перерабатывающих мощностей по территории страны, что подтверждается исследованиями по данной тематике [14].

Особенно ярко выражены диспропорции между производством и переработкой молока и мяса в регионах, неблагоприятных для ведения сельского хозяйства. Для отдельных регионов России было рекомендовано установление новых приоритетных направлений по углубленной переработке молока и мяса с учетом предложенных индикаторов глубины переработки [15]. Кроме того, настоятельно необходима конкретизация приоритета «развитие малых форм хозяйствования» исходя из сложившейся институциональной структуры сельскохозяйственного производства и степени сформированности цепочек создания добавленной стоимости.

Целью исследования является выявление тенденций устойчивого развития животноводства и обоснование стратегий развития молочного скотоводства в группах регионов с различным уровнем концентрации производства на основе определения «нормального» уровня концентрации.

Методы исследования. Методологической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых по исследуемой тематике, институциональные ресурсы по вопросам устойчивого развития агропромышленного комплекса и его отраслей.

В процессе исследования использовались монографические, абстрактно-логические, аналитические методы, а также метод сравнительного анализа. Информационная база исследования представлена данными Федеральной службы государственной статистики. На основе компиляции теоретико-методологических подходов А. Леша к пространственной организации производства были исследованы пределы концентрации производства молочного

скотоводства, соответствующие критериям устойчивого развития.

Результаты исследования. Устойчивое развитие агропромышленного комплекса рассматривается с позиций достижения экономического роста, стабильного развития сельских территорий, соблюдения требований и стандартов рационального природопользования при условии сбалансированности производственных ресурсов и оптимальном уровне концентрации производства. В предыдущих исследованиях по данной тематике в качестве индикаторов сбалансированности рассматривались соответствующие пропорции между имеющимися земельными, материальными, трудовыми ресурсами, обеспечивающими экономический рост и экологическую безопасность [16].

Проблемы устойчивого развития достаточно актуальны для животноводства, так как в этой отрасли сохраняются довольно высокие риски усиления антропогенной нагрузки на природную среду. Критический анализ институциональной базы развития животноводства, в том числе и отраслевых программ, позволил установить несоответствие индикаторов долгосрочного развития отраслей кrite-

риям устойчивости, в связи с чем особую актуальность приобретает исследование оптимальной специализации и концентрации производства, а также разработка стратегии устойчивого развития отраслей агропромышленного комплекса.

Авторская позиция основывается на необходимости оценки максимально допустимых пределов концентрации производства, соответствующих требованиям устойчивого развития.

На основе компиляции концептуальных подходов А. Леша к пространственной организации производства исследованы пределы концентрации производства отдельных видов животноводческой продукции в соответствии с такими критериями устойчивого развития, как: экономический рост, эффективность использования ресурсов, рациональное природопользование.

Анализ трендов развития отдельных отраслей животноводства за последние 10–15 лет показал существенное усиление концентрации производства в свиноводческой подотрасли (рис. 1). За 2010–2022 гг. концентрация поголовья свиней в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий в целом по России увеличилась с 7,8 гол. до 12,4 гол.

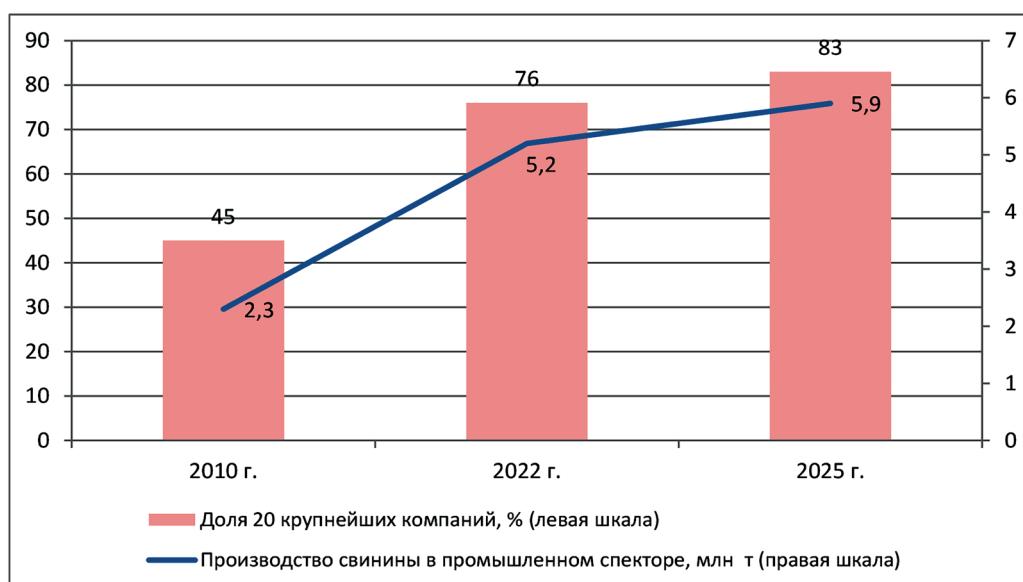


Рис. 1. Масштабы и уровень концентрации производства свинины в Российской Федерации

В соответствии с рейтингом, составляемым Национальным союзом свиноводов, в 2010 г. на долю двадцати крупнейших компаний приходилось 45% объема производства мяса, а в 2022 г. – уже 76%. Именно крупнейшие компании обеспечивают существенный прирост продукции отрасли, причем дальнейшее увеличение концентрации производства следует ожидать и в ближайшие 5–10 лет. Более подробное исследование технико-экономической эффективности предприятий отрасли

позволило выявить действие положительного эффекта масштаба в результате увеличения объемов производства. По оценкам экспертов ожидается, что к концу 2025 года более 90% отечественных свиноводческих компаний будут соответствовать мировым стандартам по технико-технологическому уровню производства и переработки, что свидетельствует о повышении эффективности использования производственных ресурсов (рис. 2).

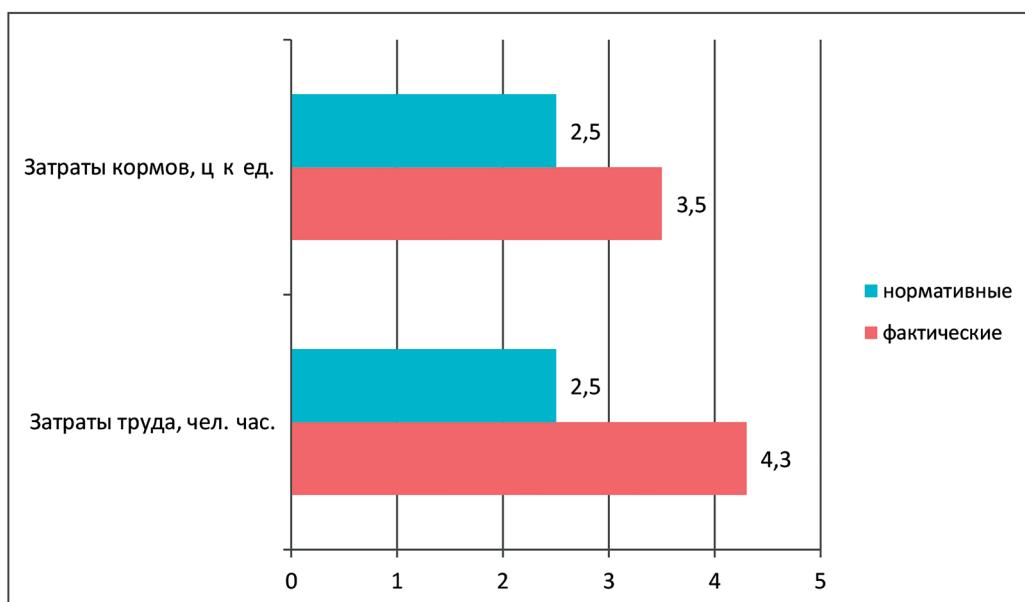


Рис. 2. Фактические и нормативные показатели ресурсоемкости свинины в расчете на 1 ц привеса

Необходимо отметить, что нормативные показатели ресурсоемкости производства свинины могут быть достигнуты при условии использования инновационных производственных ресурсов наряду с замещением импортных затратных компонент. Исследования специалистов Национального союза свиноводов определяют границу безубыточности предприятий при уровне конверсии корма 2,8 ц к ед. Вышесказанное свидетельствует о повышении конкурентоспособности продукции как на внутреннем, так и на мировом рынке, что подтверждается данными о затратах и достаточно высоком уровне рентабель-

ности (маржинальность производства свинины оценивается специалистами Национального союза свиноводов на уровне 20–25%) [17].

Вместе с тем достижение предприятиями отрасли отдельных критериев устойчивости (экономический рост, инновационная сбалансированность ресурсов и положительные технологические сдвиги, стабильное финансово-экономическое развитие) оставляет ряд нерешенных проблем как социального, так и экологического характера. Например, сокращение объемов производства мяса в малых и не-конкурентоспособных предприятиях, а

также в хозяйствах населения из-за высоких производственных и эпизоотических рисков имеет следствием возникновение проблем обеспечения занятости сельского населения. Одним из альтернативных вариантов является изменение специализации хозяйств, подкрепленное соответствующими мерами государственной поддержки.

Для крупных производств сохраняется проблема экологического характера, связанная с охраной окружающей среды вследствие высокой антропогенной нагрузки [18].

Механизмы государственного регулирования природопользования должны стимулировать экологически ответственное поведение представителей агробизнеса, в связи с чем необходимо дальнейшее совершенствование форм и методов регулирования с целью более полного учета отраслевых особенностей. Для стимулирования экологической ответственности животноводческих предприятий требуется разработка методических подходов к оценке научно обоснованного учета выбросов в окружающую среду с последующим установлением лимитов на размещение выбросов для отдельных предприятий [19].

Исследование проблем устойчивого развития молочного скотоводства позволило установить разнонаправленное действие эффекта масштаба. В ряде случаев эффект масштаба не всегда сопро-

вождается повышением эффективности использования ресурсного потенциала. Эмпирическим методом установлено, что часть предприятий молочного агробизнеса характеризуются отрицательным эффектом масштаба с возрастающими издержками по мере роста объемов производства. Концентрация поголовья на мегафермах с поголовьем свыше 2 тыс. коров может сопровождаться повышенными затратами на доставку покупных кормов; из-за высокой антропогенной нагрузки ухудшается экологическое равновесие агросистем.

Различаются региональные особенности как положительного, так и отрицательного эффекта масштаба. Например, в Вологодской области средние по размеру предприятия отличаются высокой инновационной активностью, используя системы роботизированного доения. Это позволяет значительно снизить издержки производства и повысить качество продукции. Вместе с тем институциональная неоднородность отрасли вследствие высокой доли хозяйств населения препятствует эффективному использованию производственного потенциала молочного скотоводства. Расчеты с использованием информационных источников Росстата в разрезе регионов Российской Федерации позволили оценить эффективность использования производственных ресурсов в регионах с различной степенью концентрации производства (табл.).

Таблица

**Эффективность использования производственных ресурсов
в регионах России (2021 г.)**

Регионы и группы регионов	Производство молока во всех категориях хозяйств, тыс. т	Производство молока на 100 га сельскохозяйственных угодий, т	Плотность поголовья коров на 100 га сельскохозяйственных угодий, голов	Среднегодовой надой молока в сельскохозяйственных организациях, кг
Первая группа (производство молока свыше 500 тыс. т), 28 регионов	844,9	26,8	4,9	6852

Окончание табл.

Регионы и группы регионов	Производство молока во всех категориях хозяйств, тыс. т	Производство молока на 100 га сельскохозяйственных угодий, т	Плотность поголовья коров на 100 га сельскохозяйственных угодий, голов	Среднегодовой надой молока в сельскохозяйственных организациях, кг
Регионы-лидеры				
Белгородская область	697,9	32,7	4,4	8221
Воронежская область	1055,7	25,9	4,3	8254
Краснодарский край	1530,2	32,5	4,6	8668
Ленинградская область	658	82,4	9,3	9162
Регионы-аутсайдеры				
Республика Дагестан	935,5	27,9	14,2	3757
Вторая группа (производство молока от 300 до 500 тыс. т), 12 регионов	403,3	21,8	4,1	6955,4
Регионы-лидеры				
Владимирская область	435,2	43,8	5,7	8282
Калужская область	461,5	33,5	7,8	8175
Липецкая область	301,0	15,4	2,3	8146
Пензенская область	384,4	12,7	1,9	9123
Регионы-аутсайдеры				
Забайкальский край	325,3	4,2	2,5	1336
Третья группа регионов (производство молока от 100 до 300 тыс. т)	179,6	16,5	4,9	5968,1
Регионы-лидеры				
Калининградская область	228,2	28,2	9,6	8979
Регионы-аутсайдеры				
Республика Тыва	67,7	1,8	2,1	1054

Расчеты проводились по совокупности регионов-субъектов Российской Федерации с использованием данных официальной статистики за 2021 год. За основу выделения типологических групп был принят показатель производства молока во всех категориях хозяйств. В среднем по выделенным группам анализировались

показатели эффективности производства, характеризуемые среднегодовым надоем молока в расчете на 1 корову в сельскохозяйственных организациях; показатели интенсивности производства, оцениваемые индикатором производства молока на 100 га сельскохозяйственных угодий; показатели антропогенной нагрузки (плот-

ность поголовья коров на 100 га сельскохозяйственных угодий). Результаты расчетов показали преимущества масштабов производства молока в основном с позиций эффективности и интенсивности производства. Например, в первой группе с наибольшей концентрацией (844,9 тыс. т) достигнут наиболее высокий показатель интенсивности (28,8 т в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий). Вместе с тем в первых двух группах практически нет отличий по величине среднегодового надою молока в расчете на 1 корову, что свидетельствует о наличии существенной межрегиональной дифференциации.

Максимальное производство молока в 2021 году было получено в Краснодарском крае (1530,1 тыс. т), хотя по уровню продуктивности и интенсивности регион уступает Ленинградской области с более низкими объемами производства молока. В качестве лидеров по среднегодовому надою молока можно отметить также Белгородскую область (8221 кг), Владимирскую область (8282 кг), Калининградскую (8175 кг) и Пензенскую области (9123 кг). Более высокая интенсивность производства молока характерна для Ленинградской области (82,4 т), Владимирской области (43,8 т) и Белгородской области (32,7 т). Таким образом, наилучшие показатели эффективности и интенсивности производства молока были достигнуты в регионах с меньшей степенью концентрации производства, хотя повышенная антропогенная нагрузка наблюдалась в Калининградской, Калужской и Ленинградской областях. Согласно полученным данным, средний уровень эффективности использования ресурсов прослеживается в регионах с «нормальным» уровнем концентрации, определяемым плотностью поголовья коров в диапазоне от 4,4 до 5 голов. Проведенная укрупненная оценка эффективности использования производственных ресурсов в зависимости от степени концентрации

производства позволяет обосновать следующие стратегии устойчивого развития молочного скотоводства.

Первая – стратегия повышения интенсивности за счет увеличения объемов производства молока в хозяйствах населения с целеполагающей установкой социального развития сельских территорий (Оренбургская, Саратовская области, Республика Тыва, Забайкальский край, регионы Северо-Кавказского федерального округа).

Вторая стратегия ориентирована на достижение экономического роста в молочном сегменте за счет инновационных факторов с целеполагающей установкой рационального природопользования (Калужская, Калининградская, Ленинградская области). Наиболее востребованными мерами государственной поддержки для этих регионов будут механизмы стимулирования увеличения доли молочной продукции, производимой по инновационным технологиям.

Выводы и заключение. Исследование проблем устойчивого развития сельского хозяйства выявило недостаточную степень разработанности вопросов аграрной специализации регионов, что не позволяет в полной мере использовать природно-климатические и территориальные преимущества. Анализ трендов развития отдельных отраслей животноводства за последние 10–15 лет показал не только существенное усиление концентрации производства в свиноводческой подотрасли, но и значительные технологические сдвиги, способствующие достижению инновационной сбалансированности ресурсов и повышению конкурентоспособности продукции как на внутреннем, так и мировом рынке. Вместе с тем проблема экологической ответственности предприятий пока еще окончательно не решена. В результате исследования выявлено разнонаправленное действие эффекта масштаба в свиноводстве и молочном скотоводстве с доми-

нированием межрегиональных различий. Проведена оценка эффективности использования производственных ресурсов в молочном скотоводстве по группам регионов России, выделенных по уровню концентрации производства. Результаты показали определенную зависимость показателей эффективности использования ресурсов от степени концентрации производства молока: наилучшие показатели эффективности и интенсивности производства молока были достигнуты в регионах с меньшей степенью концентрации производства. Согласно авторской оценке, средний уровень эффективности использования ресурсов наблюдался в регионах с «нормальным» уровнем концентрации, плотность поголовья коров составляла от 4,4 до 5 голов. Предложены стратегии молочного скотоводства, соответствующие основным критериям устойчивого производства, для реализации которых сформулированы предложения по совершенствованию механизмов государственной поддержки.

Список литературы

1. Pearce, David, Barbier, Edward and Anil Markandya. Sustainable development: economics and environment in the Third World. Routledge, 2013.
2. Pezzy, J. (1992). Sustainable development concepts // World. 1992. Vol. 1(1). P. 45.
3. Rees, William. Scale, complexity and the conundrum of sustainability // Planning sustainability. Routledge, 2002. P. 111-137.
4. Daly, H. E. Ecological economics and sustainable development. Edward Elgar Publishing, 2007.
5. Роль животноводства в устойчивом развитии сельского хозяйства в интересах продовольственной безопасности и питания : доклад Группы экспертов высокого уровня по вопросам продовольственной безопасности и питания Комитета по всемирной продовольственной безопасности. – URL: fao.org>3/i5795r/i5795r.pdf. – Текст : электронный.
6. Лексин, В. Н. Стратегия пространственного развития страны: дискуссия о приоритетах / В. Н. Лексин. – Текст : непосредственный // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2018. – № 13–2. – С. 114–118.
7. Минакир, П. А. Стратегия пространственного развития в интерьере концепций пространственной организации экономики / П. А. Минакир. – Текст : непосредственный // Пространственная экономика. – 2018. – № 4. – С. 8–20.
8. Бухвальд, Е. М. Стратегия пространственного развития и приоритеты национальной безопасности Российской Федерации / Е. М. Бухвальд, А. В. Кольчугина. – Текст : непосредственный // Экономика региона. – 2019. – № 15.3. – С. 631–643.
9. Кузнецова, О. В. Стратегия пространственного развития Российской Федерации: иллюзия решений и реальность проблем / О. В. Кузнецова. – Текст : непосредственный // Пространственная экономика. – 2019. – Т. 15. – № 4. – С. 107–125.
10. Кожевников, С. А. Стратегия пространственного развития Российской Федерации и перспективы трансформации российского пространства / С. А. Кожевников. – Текст : непосредственный // Вопросы территориального развития. – 2019. – № 3(48). – С. 1.
11. Корабельников, И. С. Состояние и приоритеты пространственного развития экономики сельского хозяйства региона / И. С. Корабельников. – Текст : непосредственный // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2022. – № 3. – С. 127–135.
12. Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской

Федерации на период до 2025 года : Распоряжение Правительства РФ от 13.02.2019 № 207-р. – URL: Режим доступа: www.consultant.ru. – Текст : электронный.

13. О внесении изменений в приложение к приказу Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 20 декабря 2019 г. № 713 «Об определении приоритетных направлений развития агропромышленного комплекса по субъектам Российской Федерации на 2020 год» : Приказ Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 20 апреля 2020 г. № 213. – URL: <https://mcx.gov.ru/ministry/departments/departament-ekonomiki-i-gosydarstvennoy-podderzhki-apk/industry-information/info-kompensiruyushchaya-i-stimuliruyushchaya-subsidii/>. – Текст : электронный.

14. **Андрющенко, С. А.** Основные тенденции и перспективы развития пищевой промышленности приполярных регионов России, неблагоприятных для ведения сельского хозяйства / С. А. Андрющенко, Е. Н. Трифонова // Московский экономический журнал. – 2019. – № 7. – URL: <http://qje.su/nauki-o-zemle/moskovskij-ekonomiceskij-zhurnal17-2019-25>. – Текст : электронный.

15. **Васильченко, М. Я.** Ключевые компетенции экономического развития регионов России, неблагоприятных

для ведения сельскохозяйственного производства / М. Я. Васильченко, Е. Н. Трифонова. – Текст : непосредственный // Экономические науки. – 2019. – № 11(180). – С. 23–28.

16. **Андрющенко, С. А.** Приоритеты и критерии устойчивого развития производственного потенциала агропродовольственного комплекса России / С. А. Андрющенко, Ю. П. Бондаренко, М. Я. Васильченко [и др.]. – Текст : непосредственный // Региональные агросистемы: экономика и социология. – 2022. – № 3. – С. 20–30.

17. **Ковалев, Ю.** Новая «нормальность» российского свиноводства. Перспективы развития сектора в 2022–2025 годах / Ю. Ковалев. – Текст : непосредственный // Агроинвестор. – 2022. – № 8.

18. **Тихомиров, А. И.** Концентрация производственных мощностей в свиноводстве: технологическая и экономическая оценка эффективности / А. И. Тихомиров. – Текст : непосредственный // Техника и технологии в животноводстве. – 2018. – № 4(32). – С. 75–81.

19. **Андрющенко, С. А.** Ресурсные возможности реализации стратегии импортозамещения с учетом экологической ответственности агробизнеса / С. А. Андрющенко, М. Я. Васильченко. – Текст : непосредственный // Аграрный научный журнал. – 2014. – № 11. – С. 75–80.

Andryushchenko S.A.

Institute of Agrarian Problems of the Russian Academy of Sciences (Saratov), Doctor of Economics, Head of the Laboratory for Innovative Development of Production Potential of the Agro-Industrial Complex

Vasilchenko M.Ya.

Institute of Agrarian Problems of the Russian Academy of Sciences (Saratov), Candidate in Economics, Senior Researcher, Laboratory for Innovative Development of Production Potential of the Agro-Industrial Complex

TRENDS IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF LIVESTOCK INDUSTRIES IN SPACE-TIME PROJECTION

Abstract. Improving the spatial organization of production in accordance with the requirements of sustainable development and efficient use of resource potential involves assessing the location and specialization of agricultural sectors. The purpose of the study is to identify trends in the sustainable development of livestock farming and substantiate strategies for the development of dairy cattle breeding in groups of regions with different levels of concentration of production based on determining the “normal” level of concentration. Theoretical and methodological approaches of A. Loesch to the spatial organization of production were used to study the limits of concentration of production of certain types of livestock products in accordance with sustainability criteria. A critical analysis of theoretical and methodological approaches to the study of problems of sustainable development of agriculture and spatial organization of the livestock industry was carried out. The shortcomings of conceptual approaches to the agricultural specialization of regions presented in the Spatial Development Strategy of the Russian Federation for the period until 2025 have been identified. Proposals for the long-term specialization of both regions and macro-regions are substantiated in order to make the best use of natural, climatic and territorial advantages. Based on a compilation of theoretical approaches by A. Loesh, a typology of regions-subjects of the Russian Federation according to the level of concentration of milk production was carried out. The results showed a certain dependence of resource use efficiency indicators on the degree of concentration of milk production, which predetermines the need to substantiate strategies for the development of dairy cattle breeding. The need to improve theoretical, methodological and methodological approaches to the spatial distribution of livestock production in accordance with the criteria of sustainable development has been scientifically substantiated. The calculations carried out in relation to dairy cattle breeding made it possible to identify groups of regions according to the degree of concentration of production, differing in the level of intensity and efficiency of milk production. The concept of a “normal” level of concentration has been introduced, which provides an average level of efficiency in the use of resources. Proposals have been formulated to improve the mechanisms of state support for the dairy industry. Strategies for the development of dairy farming in groups of regions with different levels of production concentration have been substantiated.

Keywords: agro-industrial complex, livestock farming, dairy farming, spatial development, resource potential, production specialization, sustainable development.

References

1. Pearce, David, Barbier, Edward and Markandya, Anil. (2013). Sustainable development: economics and environment in the Third World. Routledge.

2. Pezzey, J. (1992). Sustainable development concepts. World. 1992. 1 (1), 45.
3. Rees, William (2002)."Scale, complexity and the conundrum of sustainability. Planning sustainability. Routledge, P. 111-137.

4. Daly, H.E. (2007). Ecological economics and sustainable development. Edward Elgar Publishing.
5. Rol' zhivotnovodstva v ustoychivom razvitiu sel'skogo khozyaystva v interesakh prodovol'stvennoy bezopasnosti i pitaniya. Doklad Gruppy ekspertov vysokogo urovnya po voprosam prodovol'stvennoy bezopasnosti i pitaniya Komiteta po vsemirnoy prodovol'stvennoy bezopasnosti [The role of livestock in sustainable agricultural development for food security and nutrition. Report of the High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security]. Retrieved from: fao.org>3/i5795r/i5795r.pdf.
6. Leksin, V.N. (2018). Strategiya prostranstvennogo razvitiya strany: diskussiya o prioritetakh [The country's spatial development strategy: discussion about priorities]. Rossiya: tendentsii i perspektivy razvitiya [Russia: Trends and Development Prospects]. 13-2, 114-118.
7. Minakir, P.A. (2018). Strategiya prostranstvennogo razvitiya v inter'yere kontseptsiy prostranstvennoy organizatsii ekonomiki [Spatial development strategy in the interior of concepts of spatial organization of the economy]. Prostranstvennaya ekonomika [Spatial Economics]. 4, 8-20.
8. Bukhvald, E.M., Kolchugina, A.V. (2019). Strategiya prostranstvennogo razvitiya i prioritety natsional'noi bezopasnosti Rossiiskoi Federatsii [Spatial development strategy and national security priorities of the Russian Federation]. Ekonomika regiona [Economy of the Region]. 15 (3), 631-643.
9. Kuznetsova, O.V. (2019). Strategiya prostranstvennogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii: illyuziya resheniy i real'nost' problem [Spatial development strategy of the Russian Federation: the illusion of solutions and the reality of problems]. Prostranstvennaya ekonomika [Spatial Economics]. 15 (4), 107-125.
10. Kozhevnikov, S.A. (2019). Strategiya prostranstvennogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii i perspektivy transformatsii rossiyskogo prostranstva [Spatial development strategy of the Russian Federation and prospects for the transformation of Russian space]. Voprosy territorial'nogo razvitiya [Issues of Territorial Development]. 3 (48), 1.
11. Korabelnikov, I.S. (2022). Sostoyaniye i prioritety prostranstvennogo razvitiya ekonomiki sel'skogo khozyaystva regiona [State and priorities of spatial development of the regional agricultural economy]. Vestnik Kurskoy gosudarstvennoy sel'skokhozyaystvennoy akademii [Bulletin of the Kursk State Agricultural Academy]. 3, 127-135.
12. Rasporyazheniye Pravitel'stva RF ot 13.02.2019 N207-r «Ob utverzhdenii Strategii prostranstvennogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii na period do 2025 goda» [Order of the Government of the Russian Federation dated February 13, 2019 N207-r “On approval of the Spatial Development Strategy of the Russian Federation for the period until 2025”]. Retrieved from: www.consultant.ru.
13. O vnesenii izmeneniy v prilozheniye k prikazu Ministerstva sel'skogo khozyaystva Rossiyskoy Federatsii ot 20 dekabrya 2019 g. № 713 «Ob opredelenii prioritetnykh napravleniy razvitiya agropromyshlennogo kompleksa po sub"yektam Rossiyskoy Federatsii na 2020 god»: Prikaz Ministerstva sel'skogo khozyaystva Rossiyskoy Federatsii ot 20 aprelya 2020 g. № 213 [On amendments to the appendix to the order of the Ministry of Agriculture of the Russian Federation dated December 20, 2019 No. 713 “On determining priority directions for the development of the agro-industrial complex in the constituent entities of the Russian Federation for 2020”: Order of the Ministry of Agriculture of the Russian Federation dated April 20, 2020 No. 213]. Retrieved from: <https://mcx.gov.ru/ministry/departments/departament-ekonomiki-i-gosydarstvennoy->

- podderzhki-apk/industry-information/info-kompensiruyushchaya-i-stimuliruyushchaya-subsidii/.
14. Andryushchenko, S.A., Trifonova, E.N. (2019). Osnovnye tendentsii i perspektivy razvitiya pishchevoy promyshlennosti pripolyarnykh regionov Rossii, neblagopriyatnykh dlya vedeniya sel'skogo khozyaystva [Main trends and prospects for the development of the food industry in the circumpolar regions of Russia, unfavorable for agriculture]. Moskovskiy ekonomicheskiy zhurnal [Moscow Economic Journal]. 7. Retrieved from: <http://qje.su/nauki-o-zemle/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal> 7–2019–25.
- 15 Vasilchenko, M.Ya., Trifonova, E.N. (2019). Klyuchevyye kompetentsii ekonomicheskogo razvitiya regionov Rossii, neblagopriyatnykh dlya vedeniya sel'skokhozyaystvennogo proizvodstva [Key competencies for the economic development of Russian regions unfavorable for agricultural production]. Ekonomicheskiye nauki [Economic Sciences]. 11 (180), 23-28.
16. Andryushchenko, S.A., Bondarenko, Yu.P., Vasilchenko, M.Ya. et al. (2022). Priority i kriterii ustoychivogo razvitiya proizvodstvennogo potentsiala agroprodovol'stvennogo kompleksa Rossii [Priorities and criteria for sustainable development of the production potential of the Russian agri-food complex]. Regional'nyye agrosistemy: ekonomika i sotsiologiya [Regional Agricultural Systems: Economics and Sociology]. 3, 20-30.
17. Kovalev, Yu. Novaya «normal'nost'» rossiyskogo svinovodstva. Perspektivy razvitiya sektora v 2022-2025 godakh [New “normality” of Russian pig farming. Prospects for the development of the sector in 2022-2025]. Agroinvestor, 2 avgusta 2022 [Agroinvestor, August 2, 2022].
18. Tikhomirov, A.I. (2018). Kontsentratsiya proizvodstvennykh moshchnostey v svinovodstve: tekhnologicheskaya i ekonomicheskaya otsenka effektivnosti [Concentration of production capacity in pig farming: technological and economic assessment of efficiency]. Tekhnika i tekhnologii v zhivotnovodstve [Equipment and Technologies in Animal Husbandry]. 4 (32), 75-81.
19. Andryushchenko, S.A., Vasilchenko, M.Ya. (2014). Resursnye vozmozhnosti realizatsii strategii importozameshcheniya s uchetom ekologicheskoy otvetstvennosti agrobiznesa [Resource opportunities for implementing an import substitution strategy, taking into account the environmental responsibility of agribusiness]. Agrarnyy nauchnyy zhurnal [Agricultural Scientific Journal]. 11, 75-80.

e-mail: andrapk@yandex.ru

Тресницкий А.Б.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой бухгалтерского учета, анализа и статистики

Качан Н.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ст. преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики

Тресницкий Г.Б.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ОПЕРАЦИЙ С ЦИФРОВЫМ РУБЛЕМ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА ЦИФРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ

Аннотация. На протяжении последних лет в России, как и во всем мире, произошли значительные изменения в сфере финансовой отрасли, вызванные потребностью участников расчетов в повышении скорости совершения переводов и платежей, а также удобства и безопасности проводимых операций. С целью удовлетворения запросов общества Россия стремится не отставать в развитии, а идти в ногу с современными тенденциями финансовой сферы. С этой целью Банк России реализует различные инфраструктурные проекты, направленные на цифровизацию бизнеса и экономики страны. Внедрение в 2023 году цифровой национальной валюты – цифрового рубля в экономику нашей страны позволит в значительной степени повысить устойчивость и стабильность всей существующей финансовой системы и изменить платежную инфраструктуру. Исследование теоретических положений осуществлялось посредством применения таких методов, как наблюдение, сбор, обобщение, систематизация, метод экспертных оценок и др. Актуальность тематики наблюдается в немалом количестве публикаций, посвященных новшествам, внедряемым в действующий порядок ведения учета денежных и платежных средств, обязательных к применению экономическими субъектами, и внесением соответствующих изменений в учетную практику организаций.

Ключевые слова: Банк России, цифровой рубль, денежные средства, специальная платформа Банка России, электронный код, участник платформы, бухгалтерский учет.

Введение. 24 июля 2023 года Президентом РФ принятые законы, регулирующие внедрение цифрового рубля, а также его обращение и использование при проведении расчетных операций: Федеральный закон № 339-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и третью Гражданского кодекса Российской Федерации» и Федеральный закон № 340-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодатель-

ные акты Российской Федерации в связи с внедрением цифрового рубля» [5].

Цифровой рубль является особым видом безналичных денежных средств (ст. 128 ГК РФ в редакции Федерального закона от 24.07.2023 г. № 339-ФЗ) [1]. Следовательно, цифровой рубль – это цифровая форма российской национальной валюты, эмиссию которой Банк России предполагает осуществлять как допол-

нение к уже имеющимся на сегодняшний день формам денег.

В настоящее время Банком России запущен pilotный проект по внедрению и использованию на территории нашей страны цифрового рубля. В процессе реализации проекта предполагается разработка и создание цифровых платформ, открытие счетов цифрового рубля (цифровых кошельков) на платформе Банка России, их пополнение, совершение покупок с оплатой цифровыми рублями, а также осуществление переводов между клиентами.

При использовании цифровых рублей важно помнить, что рассчитываться с их помощью можно лишь в рамках специальной платформы Банка России. В связи с этим Банком России было подготовлено и принято Положение № 820-П «О платформе цифрового рубля» от 03.08.2023 г. Банк России наделен полномочиями не только выпускать цифровые деньги, но и нести ответственность за их сохранность [6].

Цифровой рубль – это не что иное, как эквивалент обычного рубля, который будет существовать в виртуальном пространстве. Один цифровой рубль равнозначен одному наличному (бумажному) рублю, а также эквивалентен одному безналичному рублю. Владелец сможет без труда конвертировать цифровые рубли в любую существующую форму денег (наличную, безналичную) и наоборот.

Очевидным отличием цифрового рубля от наличных денег считается его виртуальная форма, то есть он существует только в цифровом виде (в виде уникального электронного кода – токена), по которому можно будет отследить совершающую операцию. Важно заметить, что информация об операциях, совершаемых с цифровым рублем, отражается в блокчейне, что делает его использование прозрачным, а проводимые с ним расчеты – надежными.

Для открытия счета цифрового рубля хозяйствующему субъекту необходимо заключить договор с Банком России.

При этом сторонами договора выступают Банк России и пользователь. Согласно условиям договора счета цифрового рубля в обязанности Банка России будет входить осуществление таких операций, как: зачисление цифровых рублей на цифровые счета пользователей, открытых им на платформе цифрового рубля, а также списание цифровых рублей со счетов (ст. 30.8 Закона № 161-ФЗ) [3].

Кредитная организация, в которой у пользователя открыт банковский счет, выступает в качестве посредника, то есть является представителем Банка России во взаимоотношениях с пользователями в целях использования платформы цифрового рубля.

Все операции, совершаемые с цифровым рублем, должны производиться в соответствии с правилами, установленными ст. 7.1 Федерального закона от 27.06.2011 г. № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» [3].

Производить расчетные операции цифровыми рублями возможно посредством их перевода на платформе Банка России (п. 4 ст. 861 ГК РФ в редакции Закона № 339-ФЗ) [1]. При осуществлении операций с применением цифровых рублей организациям необходимо обратить внимание на то, что существующие в настоящее время формы безналичных расчетов, такие как платежные поручения, по аккредитиву и инкассо применяться не могут (п. 1 ст. 862 ГК РФ в редакции Закона № 339-ФЗ) [1].

Все операции с цифровыми рублями осуществляются на основании распоряжений пользователя цифровой платформы (плательщика, получателя средств), то есть пользователь оформляет, удостоверяет и вручает распоряжение участнику платформы. Участник платформы цифрового рубля, предоставляющий пользователю доступ к ней, осуществляет прием к исполнению распоряжений пользователя в соответствии с нормами действующего законо-

дательства и/или правилами, введенными непосредственно цифровой платформой.

Методы исследования. Для достижения цели в работе нашли применение следующие методы: наблюдение, метод обзора нормативно-правовых актов и литературных источников, методы информационного поиска, теоретического обобщения и систематизации.

Результаты исследования. Поскольку в ближайшем будущем цифровой рубль будет являться неотъемлемой частью расчетов, совершаемых между контрагентами, следовательно, возникла необходимость в ведении их бухгалтерского учета.

Минфином России в Информационном сообщении от 18 сентября 2023 г. № ИС-учет-47 «Бухгалтерский учет операций с цифровым рублем» даны подробные разъяснения и рекомендации в части особенностей ведения бухгалтерского учета операций, совершаемых экономичекими субъектами с применением цифровых рублей [9].

В силу ст. 128 ГК РФ цифровой рубль считается разновидностью безналичных денег, следовательно, организация и ведение бухгалтерского учета операций, связанных с обращением и их использованием, осуществляются экономическими субъектами в общеустановленном порядке учета денежных средств и расчетов, которые определены национальными стандартами по бухгалтерскому учету (ПБУ, ФСБУ), а также Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкцией по его применению, утвержденными приказом Минфина России от 31.10.2000 г. № 94н [8].

Для обобщения информации о наличии и движении цифровых рублей на счете цифрового рубля, открытого организации на цифровой платформе, экономические субъекты в своем бухгалтерском учете могут предусмотреть либо введение отдельного синтетического счета, либо от-

крытие дополнительного субсчета к уже используемым ими счетам.

Принимая во внимание, что счет цифрового рубля, открытый экономическо-му субъекту на платформе цифрового рубля, это отдельный вид банковского счета, то для ведения бухгалтерского учета операций по данному счету организация может предусмотреть в своем рабочем плане счетов дополнительный синтетический счет. К примеру, это может быть счет 53 «Счет цифрового рубля». Аналитический учет по указанному счету организуется исходя из потребностей управления организацией, а также возможности получения информации, необходимой для проведения анализа, контроля и составления бухгалтерской отчетности. Так, аналитический учет по счету 53 может вестись по направлениям использования цифровых рублей. По дебету счета 53 бухгалтеру организации следует отражать зачисление цифровых рублей на счет цифрового рубля, а по кредиту – списание (перевод) цифровых рублей со счета цифрового рубля организации.

В том случае если у организации операции, совершаемые с цифровыми рублями, и остатки средств на счете незначительны, то ведение бухгалтерского учета может осуществляться на синтетическом счете 55 «Специальные счета в банках» с дополнительным открытием к нему субсчета «Счет цифрового рубля». Организация аналитического учета по счету 55 осуществляется экономическим субъектом аналогично применению счета 53. По дебету счета 55 (субсчета) «Счет цифрового рубля» учитываются операции по поступлению цифровых рублей на счет, а по кредиту – их перевод (списание) со счета.

Экономические субъекты, которые вправе вести упрощенный бухгалтерский учет хозяйственно-финансовой деятельности, для отражения в учете операций с применением цифровых рублей могут предусмотреть открытие специального субсчета к счету 51 «Расчетные счета».

В бухгалтерском учете организации корреспонденции счетов по операциям, совершаемым ею с применением цифровых рублей, производятся на основании информации, получаемой от Банка России через участника платформы цифрового рубля.

Основные корреспонденции счетов по учету операций, осуществляемых организацией с цифровым рублем, согласно рекомендациям Минфина России, представлены в таблице:

Таблица

Основные корреспонденции счетов по учету операций, осуществляемых организацией с цифровым рублем, согласно рекомендациям Минфина России

№ пп	Содержание операции с цифровыми рублями	Типовая схема корреспонденции счетов	
		по дебету	по кредиту
5.1	Увеличение остатка цифровых рублей на счете цифрового рубля организации путем:		
5.1.1	перевода денежных средств с иного банковского счета организации	счет учета счета цифрового рубля	51
5.1.2	уменьшения остатка электронных денежных средств организации	счет учета счета цифрового рубля	счет учета электронных денежных средств (например, счет 55)
5.2	Уменьшение остатка цифровых рублей на счете цифрового рубля организации путем:		
5.2.1	перевода денежных средств на иной банковский счет организации	51	счет учета счета цифрового рубля
5.2.2	увеличения остатка электронных денежных средств организации	счет учета электронных денежных средств (например, счет 55)	счет учета счета цифрового рубля
5.3	Перевод цифровых рублей (в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации):		
5.3.1	в оплату приобретаемых организацией товаров, работ, услуг, иного имущества	60	счет учета счета цифрового рубля
5.3.2	в оплату проданных организацией товаров, работ, услуг, иного имущества	счет учета счета цифрового рубля	62
5.3.3	в уплату сумм налогов и сборов, причитающихся к уплате в бюджет	68, 69	счет учета счета цифрового рубля
5.3.4	в счет расчетов с персоналом организации	70, 73	счет учета счета цифрового рубля
5.3.5	обращение взыскания на цифровые рубли организации в рамках исполнительного производства	счета учета расчетов	счет учета счета цифрового рубля
5.3.6	возврат суммы, излишне взысканной с организации в рамках исполнительного производства	счет учета счета цифрового рубля	счета учета расчетов
5.3.7	на иные цели	76, др.	счет учета счета цифрового рубля
5.4	Перечисление (направление) остатка цифровых рублей на счете цифрового рубля организации при закрытии этого счета оператором платформы цифрового рубля:		
5.4.1	на иной банковский счет организации	51	счет учета счета цифрового рубля
5.4.2	на увеличение остатка электронных денежных средств организации	счет учета электронных денежных средств (например, счет 55)	счет учета счета цифрового рубля
5.5	Оплата услуг оператора платформы цифрового рубля	91	счет учета счета цифрового рубля

Следует заметить, что остаток цифровых рублей, который образовался на счете цифрового рубля, подлежит инвентаризации. Сроки и порядок проведения инвентаризации указанных активов должны быть определены учетной политикой организации. Порядок же проведения инвентаризации остатка цифровых рублей аналогичен порядку, установленному для инвентаризации денежных средств и расчетов.

Остаток цифровых рублей, имеющийся на счете цифрового рубля, а также расчетные операции, совершаемые с ними, раскрываются организациями в бухгалтерской (финансовой) отчетности в общепринятом порядке, предусмотренном нормами действующего законодательства для отражения денежных средств и расчетов.

Выводы и заключение. В настоящее время цифровая (электронная) валюта нашла широкое применение во многих странах мира, Россия же пока находится на стадии тестирования указанного финансового инструмента. Однако уже сейчас идет активная интеграция цифрового рубля в российскую экономику. Прежде всего, акцент делается на преимуществах использования цифровой валюты в сфере бизнеса.

Использование цифрового рубля позволит предпринимателям оптимизировать бизнес-процессы, в значительной степени сократить время и комиссионные издержки при приеме платежей за товары и услуги, снизить затраты и ускорить отправку переводов контрагентам, тем самым упростить взаимодействие с партнерами.

Список литературы

1. Российская Федерация. Законы.

Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) : Федеральный закон от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 14.04.2023 г.) // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток. –

(дата обращения: 24.07.2023). – Режим доступа: локальная сеть БУКЭП. – Текст : электронный.

2. Российская Федерация. Законы.

О бухгалтерском учете : Федеральный закон № 402-ФЗ от 06.12.2011 г. (в ред. от 28.11.2018 г.) // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток. – (дата обращения: 10.09.2023). – Режим доступа: локальная сеть БУКЭП. – Текст : электронный.

3. Российская Федерация. Законы.

О национальной платежной системе : Федеральный закон от 27.06.2011 г. № 161-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток. – (дата обращения: 24.09.2023). – Режим доступа: локальная сеть БУКЭП. – Текст : электронный.

4. Российская Федерация. Законы.

О внесении изменений в части первую, вторую и третью Гражданского кодекса Российской Федерации : Федеральный закон от 29.07.2017 г. № 259-ФЗ (ред. от 01.07.2021) // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток. – (дата обращения: 24.09.2023). – Режим доступа: локальная сеть БУКЭП. – Текст : электронный.

5. Российская Федерация. Законы.

О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : Федеральный закон от 24.07.2023 г. № 340-ФЗ // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток. – (дата обращения: 24.09.2023). – Режим доступа: локальная сеть БУКЭП. – Текст : электронный.

6. Российская Федерация. Законы.

О платформе цифрового рубля : Положение Банка России от 03.08.2023 г. № 820-П // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток. – (дата обращения:

24.09.2023). – Режим доступа: локальная сеть БУКЭП. – Текст : электронный.

7. Положение по введению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ : Приказ Минфина РФ от 29.07.1998 г. № 34н (в ред. от 11.04.2018 г.). // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток. – (дата обращения: 17.09.2023). – Режим доступа: локальная сеть БУКЭП. – Текст : электронный.

8. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкция по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности

организаций : Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 г. № 94н (ред. от 08.11.2010 г.) // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток. – (дата обращения: 18.09.2023). – Режим доступа: локальная сеть БУКЭП. – Текст : электронный.

9. Новое в бухгалтерском законодательстве: факты и комментарии : Информационное сообщение Минфина России от 18.09.2023 г. № ИС-учет-47 // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток. – (дата обращения: 18.09.2023). – Режим доступа: локальная сеть БУКЭП. – Текст : электронный.

Tresnitskyy A.B.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Economics, Associate Professor, Associate Professor, Chair of Accounting, Analysis and Statistics

Kachan N.A.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Senior Lecturer, Chair of Accounting, Analysis and Statistics

Tresnitskyy G.B.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student, Chair of Accounting, Analysis and Statistics

CURRENT ISSUES OF ACCOUNTING OPERATIONS WITH DIGITAL RUBLE IN THE CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC MARKET FOR DIGITAL FINANCIAL ASSETS

Abstract. Over the past years, in Russia, as well as throughout the world, there have been significant changes in the financial industry caused by the need of payment participants to increase the speed of transfers and payments, as well as the convenience and security of transactions. In order to meet the demands of society, Russia strives not to lag behind in development, but to keep up with modern trends in the financial sector. To this end, the Bank of Russia is implementing various infrastructure projects aimed at digitalizing business and the country's economy. The introduction of a digital national currency - the digital ruble - into the economy of our country in 2023 will significantly increase the stability and stability of the entire existing financial system and change the payment infrastructure. The study of theoretical principles was carried out through the use of such methods as observation, collection, generalization, systematization, the method of expert assessments, etc. The relevance of the topic is observed in a considerable number of publications devoted to innovations being introduced into the current procedure for maintaining records of funds and means of payment that are mandatory for use by economic entities and introducing appropriate changes into the accounting practices of organizations.

Keywords: Bank of Russia, digital ruble, cash, special platform of the Bank of Russia, electronic code, platform participant, accounting.

References

1. Rossiyskaya Federatsiya. Zakony. Grazhdanskiy kodeks Rossiyskoy Federatsii (chast' pervaya): Federal'nyy zakon ot 30.11.1994 g. № 51-FZ (red. ot 14.04.2023 g.) [Russian Federation. Laws. Civil Code of the Russian Federation (part one): Federal Law of November 30, 1994 No. 51-FZ (as amended on April 14, 2023)]. Konsul'tantPlyus.

2. O bukhgalterskom uchete: Federal'nyy zakon № 402-FZ ot 06.12.2011 g. (v red. ot 28.11.2018 g.) [On accounting: Federal Law No. 402-FZ of December 6,

2011 (as amended on November 28, 2018)]. Konsul'tantPlyus.

3. O natsional'noy platezhnoy sisteme: Federal'nyy zakon ot 27.06.2011 g. № 161-FZ (red. ot 24.07.2023) [On the national payment system: Federal Law of June 27, 2011 No. 161-FZ (as amended on July 24, 2023)]. Konsul'tantPlyus.

4. O vnesenii izmeneniy v chasti pervuyu, vtoruyu i tret'yu Grazhdanskogo kodeksa Rossiyskoy Federatsii: Federal'nyy zakon ot 29.07.2017 g. № 259-FZ (red. ot 01.07.2021) [On amendments to parts one, two and three of the Civil Code of the Russian

Federation: Federal Law No. 259-FZ dated July 29, 2017 (as amended on July 1, 2021)]. Konsul'tantPlyus.

5. O vnesenii izmeneniy v otdel'nyye zakonodatel'nyye akty Rossiyskoy Federatsii Federal'nnyy zakon ot 24.07.2023 g. № 340-FZ [On amendments to certain legislative acts of the Russian Federation Federal Law No. 340-FZ dated July 24, 2023]. Konsul'tantPlyus.

6. O platforme tsifrovogo rublya: Polozheniye Banka Rossii ot 03.08.2023 g. № 820-P [On the digital ruble platform: Bank of Russia Regulation No. 820-P dated August 3, 2023]. Konsul'tantPlyus.

7. Polozheniye po vvedeniyu bukhgalterskogo ucheta i bukhgalterskoy otchetnosti v RF: Prikaz Minfina RF ot 29.07.1998 g. № 34n (v red. ot 11.04.2018 g.) [Regulations on the introduction of accounting and financial reporting in the Russian Federation: Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation dated July 29, 1998 No. 34n (as amended on April 11, 2018)]. Konsul'tantPlyus.

8. Plan schetov bukhgalterskogo ucheta finansovo-khozyaystvennoy deyatel'nosti organizatsiy i Instruktsiya po primeneniyu Plana schetov bukhgalterskogo ucheta finansovo-khozyaystvennoy deyatel'nosti organizatsiy: Prikaz Minfina RF ot 31.10.2000 g. № 94n (red. ot 08.11.2010 g.) [Chart of accounts for accounting of financial and economic activities of organizations and Instructions for using the Chart of Accounts for accounting of financial and economic activities of organizations: Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation dated October 31, 2000 No. 94n (as amended on November 8, 2010)]. Konsul'tantPlyus.

9. Novoye v bukhgalterskom zakonodatel'stve: fakty i kommentarii: Informatsionnoye soobshcheniye Minfina Rossii ot 18.09.2023 g. № IS-uchet-47 [New in accounting legislation: facts and comments: Information message of the Ministry of Finance of Russia dated September 18, 2023 No. IS-accounting-47]. Konsul'tantPlyus.

e-mail: tab2009@mail.ru

Понамарева В.Е.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. техн. наук, доцент, заведующий кафедрой технологии общественного питания и товароведения

Догаева Л.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. техн. наук, доцент кафедры технологии общественного питания и товароведения

Шаповалов К.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. техн. наук, доцент кафедры технологии общественного питания и товароведения

КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ИНДИКАТОР ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Аннотация. Для обеспечения продовольственной безопасности необходимо не только обеспечить население требуемым в соответствии с физиологическими нормами количеством пищи, но и обеспечить безопасность, высокое качество пищевых продуктов, соответствие их принципам здорового питания. Цель исследования – анализ проводимой работы в области реализации положений Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации и Стратегии повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года, в том числе в области обеспечения качества и безопасности пищевой продукции, стимулирования изготавителей к производству продуктов здорового питания, а также покупательского спроса на эту продукцию и продукты высокого качества. В работе использовался системный поиск нормативно-правовых документов и публикаций, такие методы, как комплексный анализ, систематизация и обобщение информации. Статья посвящена изучению предпринимаемых мер по повышению качества и безопасности пищевой продукции, росту производства и потребления продуктов здорового питания. В работе проведен анализ нормируемых показателей безопасности пищевой продукции, изучен опыт отдельных стран по стимулированию производства продуктов для здорового питания. В России проводится работа по реализации мероприятий, нацеленных на решение задач продовольственной безопасности страны. Однако предпринимаемые меры направлены прежде всего на достижение количественных индикаторов продовольственной безопасности. Мало уделяется внимания повышению качества и безопасности пищевой продукции. Для повышения спроса потребителей на продукты здорового питания необходима широкая пропаганда принципов правильного питания, в том числе обучение школьников и студентов с использованием дополнительных общеразвивающих программ, просветительские мероприятия в трудовых коллективах. Выбору потребителей более качественных отечественных продуктов может способствовать популяризация российского Знака качества, в том числе с использованием средств массовой информации. Целесообразно разработать и реализовать комплексную программу стимулирования изготавителей к производству продуктов здорового питания, включающую, в том числе, предоставление налоговых льгот.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, качество пищевых продуктов, безопасность пищевых продуктов, здоровое питание.

Введение. Важнейшей составляющей экономической и национальной безопасности в современном мире является продовольственная безопасность страны, которая также служит критерием социально-экономического развития государства и одним из главных направлений обеспечения его безопасности в целом. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации (Доктрина) в качестве стратегической цели предусматривает «обеспечение населения страны безопасной, качественной и доступной сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием в объемах, обеспечивающих рациональные нормы потребления пищевой продукции» [3]. Среди направлений государственной политики в сфере обеспечения продовольственной безопасности важнейшим является повышение экономической доступности качественной пищевой продукции для формирования здорового рациона питания для всех групп населения.

В Доктрине уделено особое внимание проблемам правильного питания, в том числе предусмотрено стимулирование изготавителей к производству продукции, отвечающей принципам здорового питания, а также увеличение объемов производства пищевых продуктов со сниженным содержанием сахара, соли, насыщенных жиров и трансизомеров жирных кислот, потребление которых является одной из причин а alimentарных заболеваний.

На повышение качества и безопасности пищевой продукции нацелена и Стратегия повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года (Стратегия). В Стратегии качество пищевой продукции названо «важнейшей составляющей укрепления здоровья». В документе среди основных задач в области обеспечения качества продовольствия предусматривается «создание механизмов стимулирования производителей к выпуску пищевой продукции, отвечающей критериям качества и принципам здорового питания» [9].

В связи с важностью оптимального питания для здоровья человека в марте 2020 года в Федеральном законе «О качестве и безопасности пищевых продуктов» определены принципы здорового питания, включающие, в частности, наличие в составе рационов питания пищевой продукции с пониженным количеством насыщенных жиров, простых сахаров и соли, а также присутствие продуктов, обогащенных пищевыми волокнами, витаминами и минеральными веществами [6].

Доктрина принята 21 января 2020 года, Стратегия принята 29 июня 2016 года, в период с 2019 по 2021 год отмечается рост производства ряда основных видов пищевой продукции, в том числе животного происхождения (табл. 1), однако пищевые продукты, отвечающие принципам здорового питания, являются редкостью в розничной торговой сети.

Таблица

Объемы производства важнейших видов сельскохозяйственной и пищевой продукции в 2019–2021 гг.*

Наименование продукции	Объемы производства или валовой сбор			2021/2019, %
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	
Валовой сбор продукции растениеводства, млн тонн				
1. Зерно	121,2	133,5	121,4	100,2
2. Картофель	22,1	19,6	18,3	82,8
3. Овощи	14,1	13,9	13,5	95,7
4. Плоды и ягоды, тыс. тонн	3500	3651	3986	113,8

Наименование продукции	Объемы производства или валовой сбор			2021/2019, %
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	
Производство пищевой продукции, тыс. тонн				
1. Мясо и субпродукты	2864	2749	3146	109,8
2. Мясо птицы и субпродукты	4867	4808	4850	99,7
3. Рыбная продукция	4242	4314	4402	103,8
4. Молоко	5287	5536	5598	105,9
5. Сыры	540	572	650	120,4
6. Масла растительные	6766	7451	6743	99,7

*Составлено по: [8].

Для обеспечения продовольственной безопасности необходимо не только обеспечить население требуемым в соответствии с физиологическими нормами количеством пищи, но и обеспечить безопасность, высокое качество пищевых продуктов, соответствие их принципам здорового питания [1, 11].

Учитывая значимость качества, безопасности и полезности пищевых продуктов для здоровья человека, важно изучать не только, как реализуются мероприятия по обеспечению количественных показателей продовольственной безопасности, предусмотренные Доктриной и Стратегией, но и меры по обеспечению ее качественных индикаторов, в том числе и по формированию здорового питания.

Целью данного исследования является анализ проводимой работы в области реализации положений Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации и Стратегии повышения каче-

ства пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года, в том числе в области обеспечения качества и безопасности продукции, стимулирования изготовителей к производству продуктов здорового питания, а также покупательского спроса на эту продукцию и продукты высокого качества.

Методы исследования. В работе использовался системный поиск нормативно-правовых документов и публикаций, комплексный анализ, систематизация и обобщение информации.

Результаты исследования. В Стратегии дано развернутое определение качества пищевой продукции (рис. 1), в котором наряду с характеристиками, требования по которым установлены нормативными документами, включены пищевая и энергетическая ценность продукции, а также удовлетворение физиологических потребностей в основных питательных веществах, обеспечивающих здоровье человека [9].

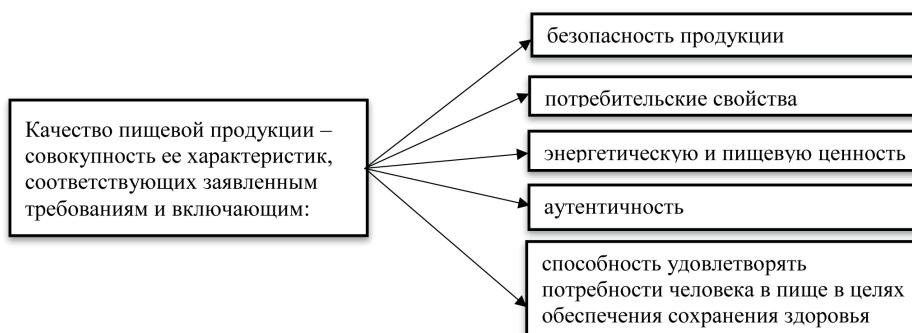


Рис. 1. Определение понятия «качество пищевой продукции»*

*Составлено по: [9].

Безопасность продуктов питания является ключевым свойством, обуславливающим их пригодность к использованию. Действующие технические регламенты, устанавливающие требования к безопасности пищевой продукции, определяют показатели безопасности и предельно допустимый уровень опасных веществ и микроорганизмов в продуктах питания. Одним из показателей безопасности пищевой продукции является содержание пестицидов: в технических регламентах устанавливаются требования по содержанию дихлордифенилтрихлорэтана (ДДТ) и гексахлорциклогексана (ГХЦГ) практически для всего продовольствия, для продуктов переработки зерновых и бобовых культур дополнительно нормируется предельно допустимый уровень гексахлорбензола, ртутьорганических пестицидов и 2,4-дихлорфеноксикусной кислоты, ее солей и эфиров. ДДТ, хотя и имеет длительный период распада в почве (около 20 лет), запрещен к применению с конца 70-годов XX века, в то же время сегодня в сельском хозяйстве применяются десятки пестици-

дов, которые представляют опасность для здоровья человека, но остаточное их содержание в продовольственном сырье и готовой продукции не нормируется. Безусловно, их использование позволяют обеспечить более высокую урожайность, снизить потери сельскохозяйственной продукции, но в то же время пищевая продукция должна быть безопасной. Поэтому должна быть расширена номенклатура показателей безопасности пищевой продукции и разработаны методы количественного определения в пищевой продукции используемых пестицидов.

И в Доктрине, и в Стратегии предусмотрено обеспечение населения доступной качественной и безопасной продукцией, отвечающей принципам здорового питания.

Доступность продукции здорового питания во многом зависит от уровня доходов населения, по данным ФАО, доля населения, неспособного позволить себе здоровый рацион, в среднем по миру составила в 2021 году 42,2%, а по странам в зависимости от уровня доходов 1,3–86,1% (табл. 2) [10].

Таблица 2

Доля населения, неспособного позволить себе здоровый рацион, %*

Группа стран по уровню доходов	2019 г.	2020 г.	2021 г.
1. Страны с низким уровнем доходов	86,7	86,9	86,1
2. Страны с уровнем доходов ниже среднего	68,3	71,0	70,2
3. Страны с уровнем доходов выше среднего	14,4	16,6	14,1
4. Страны с высоким уровнем доходов	1,5	1,5	1,3

*Составлено по: [10].

Доктрина предусматривает обеспечение экономической доступности продовольствия, для чего в настоящее время применяются меры по поддержке семей с низким уровнем доходов, но необходимо, чтобы пищевая продукция отвечала принципам здорового питания.

В формировании спроса населения на продукты здорового питания важную

роль играет просвещение населения по оптимальному питанию, так как установлено, что люди компетентные в вопросах правильного питания, как правило, придерживаются его на практике. В России в рамках национального проекта «Демография» реализуется федеральный проект «Формирование системы мотивации граждан к здоровому образу жизни, вклю-

чая здоровое питание и отказ от вредных привычек», который предусматривает повысить долю граждан, ведущих здоровый образ жизни, к 2025 году до 12,0%, к 2030 – до 14,5%, снизить темпы прироста первичной заболеваемости ожирением с 15,9 до 0,8% к 2030 году. Проект предусматривает внедрение на предприятиях корпоративных программ, направленных на укрепление здоровья сотрудников.

В рамках национального проекта «Демография» Роспотребнадзором выполняется проект «Здоровое питание», в том числе просветительский онлайн-проект «Школа здорового питания», но для более широкой популяризации здорового питания необходимо реализовать программы обучения школьников и студентов, организовывать просветительские мероприятия в трудовых коллективах.

В мировой практике с целью увеличения производства и потребления продуктов здорового питания и снижения потребления пищевой продукции, оказывающей негативное воздействие на здоровье человека, применяют монетарные и немонетарные стимулы, направленные на регулирование как спроса, так и предложения. Экономические меры включают введение дополнительных налогов на нездоровые продукты и их снижение на здоровую продукцию.

В ряде стран (Венгрия, Финляндия, Франция, Португалия, Саудовская Аравия, Мексика и другие) предусмотрены повышенные налоги на сахаросодержащие напитки [7]. В Финляндии и Венгрии применяют дополнительные налоги не только на сахаросодержащие напитки, но и другие продукты с высоким содержанием сахара (шоколад, мороженое и другие). В Венгрии также были введены налоги на некоторые продукты с повышенным содержанием насыщенных жиров и соли. В некоторых странах налоги на сладкие напитки дифференцированы в зависимости от содержания в них сахара. Однако введение дополнительных налогов не является панацеей и не всегда приводит к ожидаемому результату. Например, в 2011 году в Дании был введен налог на продукцию с содержанием насыщенных жиров свыше 2,3%, который практически через год был отменен, так как его введение привело к сокращению рабочих мест, росту цен, при этом на потребительское поведение населения не повлияло [7].

К позитивным стимулам относятся предоставление налоговых льгот и снижение ставок налогов. Например, в Канаде для продуктов, отнесенных к категории «нездоровые», предусмотрен налог с продаж, для других продуктов его не применяют [7]. В России в настоящее время пониженная ставка НДС (10%) применяется на свежие фрукты и ягоды, овощи и растительные масла.

Многие пищевые продукты отличаются высоким содержанием соли или сахара, насыщенных жиров, являются высоко-калорийными. По данным ВОЗ, большая часть населения ежедневно потребляет 9–12 г соли в день, при допустимой норме не более 5 г, что повышает риск возникновения сердечно-сосудистых заболеваний [2]. ВОЗ рекомендовала для снижения потребления соли: правительствам проводить надлежащую налоговую политику, производителям пищевой продукции – постепенно снижать содержание хлористого натрия в пищевых продуктах, чтобы потребители смогли привыкнуть к изменению вкуса пищи, для оздоровления вкусовых привычек потребителей осуществлять пропаганду здорового питания. Планируется к 2025 году снизить потребление соли на 30% [2].

В Италии для снижения потребления соли населением между министерством здравоохранения и ассоциациями пекарей заключено соглашение о постепенном сокращении содержания соли в хлебе, который является основным пищевым источником ее в этой стране [4].

Анализ международного опыта показывает, что необходимы комплексные экономические меры, учитывающие интересы потребителей и производителей, направленные на рост производства продуктов здорового питания и снижение потребления «нездоровых» продуктов, но нужны и меры, нацеленные на поддержку производителей продукции для здорового питания, а также на стимулирование спроса на эту продукцию.

Среди немонетарных форм регулирования спроса на продукты различной пищевой ценности важное место занимает информирование потребителей о высоком и низком содержании насыщенных жиров, сахара и соли.

Роспотребнадзор на основе анализа международного опыта в 2018 году разработал методические рекомендации по цветовой индикации пищевой продукции с высоким, низким и средним содержанием сахара, соли и насыщенных жиров [5]. Однако на полках магазинов пищевые продукты с такой индикацией практически не встречаются, что может быть связано с отсутствием интереса производителей к ее нанесению. Возможно, эту проблему может решить дополнение требований Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 022/2011 обязательностью указания в информации о пищевой ценности сведений о повышенном содержании сахара, соли, насыщенных жиров как в граммах на 100 г продукта, так и в процентах от суточной нормы потребления с применением цветовой индикации.

Улучшение качества и безопасности пищевой продукции сопряжено с дополнительными затратами и повышением цены. Для поддержки производителей качественных товаров в России в 2015 году создана АНО «Российская система качества» (Роскачество), которая проводит независимые исследования и объективную оценку качества продукции. Продукции высокого качества присваивается российский Знак

качества сроком на 3 года, изображение которого изготовитель может наносить на маркировку. Роскачество оказывает также консультационную помощь потребителям, что может рассматриваться как своего рода просвещение потребителей.

Несмотря на то что проект существует более 8 лет, потребители зачастую не знают, как выглядит российский Знак качества, не руководствуются его наличием при выборе товаров. Существовавший в СССР Знак качества был более узнаваемым и популярным, товары с таким знаком раскупались в первую очередь. Целесообразно было бы разработать и реализовать программу, направленную на формирование высокого статуса российского Знака качества в глазах потребителя и повышение спроса на товары, получившие этот знак.

Выводы и заключение. В России проводится работа по реализации мероприятий, нацеленных на решение задач продовольственной безопасности страны. Однако предпринимаемые меры направлены прежде всего на достижение количественных индикаторов продовольственной безопасности. Мало уделяется внимания повышению качества и безопасности пищевой продукции. В сельском хозяйстве применяют десятки пестицидов, при этом остаточное содержание их в пищевой продукции не определяется. Меры по стимулированию изготавителей к производству продукции здорового питания практически отсутствуют. Использование дополнительных налогов на «нездоровые» продукты не всегда дает положительный эффект.

Для повышения безопасности продукции требуется расширение номенклатуры показателей безопасности пищевых продуктов, прежде всего пестицидов, и методик их определения.

Для повышения спроса потребителей на продукты здорового питания необходима широкая пропаганда принципов

правильного питания, в том числе обучение школьников и студентов с использованием дополнительных общеразвивающих программ, просветительские мероприятия в трудовых коллективах. Выбору потребителей более качественных отечественных продуктов может способствовать популяризация российского Знака качества, в том числе с использованием средств массовой информации.

Целесообразно разработать и реализовать комплексную программу стимулирования изготовителей к производству продуктов здорового питания, включающую, в том числе, предоставление налоговых льгот.

Список литературы

1. **Бостанджян, К. Р.** Анализ современного состояния системы продовольственной безопасности в Российской Федерации / К. Р. Бостанджян // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Том 11. – № 11. – С. 2589–2606. – Doi: 10.18334/epp.11.11.113772. – Текст : электронный.

2. Всемирная организация здравоохранения : [официальный сайт]. – URL: <https://www.who.int/ru> (дата обращения: 16.10.2023). – Текст : электронный.

3. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации : [утверждена Указом Президента Российской Федерации от 21 января 2020 года № 20]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/564161398> (дата обращения: 17.10.2023). – Текст : электронный.

4. **Максикова, Т. М.** Избыточное потребление поваренной соли: эпидемиологическое значение и стратегии управления / Т. М. Максикова, А. Н. Калягин, П. В. Толстов. – Текст : непосредственный // ОРГЗДРАВ: новости, мнения, обучение. Вестник ВШОУЗ. –

2019. – Т. 5. – № 1. – С. 38–57. – DOI: <https://doi.org/10.24411/2411-8621-2019-11004> (дата обращения: 18.10.2023). – Текст : электронный.

5. **МР 2.3.0122-18** Гигиена питания. Цветовая индикация на маркировке пищевой продукции в целях информирования потребителей : методические рекомендации : [утверждена Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 28 февраля 2018 г.] // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток (дата обращения: 17.10.2023). – Режим доступа: Локальная сеть БУКЭП. – Текст : электронный.

6. **Российская Федерация. Законы.** О качестве и безопасности пищевых продуктов : Федеральный закон № 29-ФЗ от 02.01.2000 г. (ред. от 13.07.2020 г.) // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток (дата обращения: 17.02.2023). – Режим доступа: Локальная сеть БУКЭП. – Текст : электронный.

7. **Потапчик, Е. Г.** Экономические механизмы мотивации граждан к следованию здоровому образу жизни: международный опыт / Е. Г. Потапчик // Профилактическая медицина. – 2019. – № 22(2):32-37. – URL: <https://doi.org/10.17116/profmed20192202132> (дата обращения: 02.10.2023). – Текст : электронный.

8. **Российский статистический ежегодник. 2022 : статистический сборник** / Росстат. – Москва, 2022. – 691 с. – Текст : непосредственный.

9. Стратегия повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года : [утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 июня 2016 г. № 1364-р] // КонсультантПлюс. Профиль: Универсальный : [сайт]. – Обновляется в течение суток (дата обращения: 17.10.2023). –

Режим доступа: локальная сеть БУКЭП. –
Текст : электронный.

10. ФАО, МФСР, ЮНИСЕФ,
ВПП и ВОЗ. 2023. Краткий
обзор. Положение дел в области
продовольственной безопасности и
питания в мире – 2023. Урбанизация,
преобразование агропродовольственных
систем и здоровый рацион питания в
рамках всего спектра взаимоотношений
между городом и деревней. – Рим, ФАО. –

<https://doi.org/10.4060/CC6550RU>. – URL:
<https://www.fao.org/3/cc6550ru/cc6550ru.pdf> (дата обращения: 10.10.2021). – Текст :
электронный.

11. Яшкова, Н. В. Индикаторы
продовольственной безопасности /
Н. В. Яшкова // Фундаментальные
исследования. – 2019. – № 1. – С. 58–63. –
URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42405> (дата обращения:
10.10.2023). – Текст : электронный.

Ponamareva V.E.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Science, Associate Professor, Head of the Chair of Public Catering Technology and Goods Expertise

Dogaeva L.A.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Science, Associate Professor, Chair of Public Catering Technology and Goods Expertise

Shapovalov K.N.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Science, Associate Professor, Chair of Public Catering Technology and Goods Expertise

FOOD QUALITY AND SAFETY AS AN INDICATOR OF THE COUNTRY'S FOOD SECURITY

Abstract. To ensure food security, it is necessary not only to provide the population with the amount of food required in accordance with physiological standards, but also to ensure the safety, high quality of food products, and their compliance with the principles of healthy nutrition. The purpose of the study is to analyze the ongoing work in the implementation of the provisions of the Food Security Doctrine of the Russian Federation and the Strategy for Improving the Quality of Food Products in the Russian Federation until 2030, including in the field of ensuring the quality and safety of food products, stimulating manufacturers to produce healthy food products, as well as consumer demand for these products and high quality products. The work used a systematic search for regulatory documents and publications, methods such as comprehensive analysis, systematization and synthesis of information. The article is devoted to the study of measures taken to improve the quality and safety of food products, increase the production and consumption of healthy food products. The work analyzes standardized indicators of food safety, and studies the experience of individual countries in stimulating the production of products for a healthy diet. In Russia, work is underway to implement measures aimed at solving the problems of food security of the country. However, the measures taken are aimed primarily at achieving quantitative indicators of food security. Little attention is paid to improving the quality and safety of food products. To increase consumer demand for healthy food products, widespread promotion of the principles of proper nutrition is necessary, including training schoolchildren and students using additional general development programs, and educational events in work communities. The choice of consumers of higher quality domestic products can be facilitated by the popularization of the Russian Quality Mark, including through the use of the media. It is advisable to develop and implement a comprehensive program to encourage manufacturers to produce healthy food products, including, among other things, the provision of tax benefits.

Keywords: food security, food quality, food safety, healthy eating.

References

1. Bostandzhyan, K.R. (2021). Analiz sovremennoogo sostoyaniya sistemy prodovol'stvennoy bezopasnosti v Rossiyskoy Federatsii [Analysis of the current state of the food security system in the Russian Federation]. Ekonomika, predprinimatel'stvo i parvo [Economics, Entrepreneurship and

Law]. 11 (11), 2589–2606. doi: 10.18334/epp.11.11.113772

2. Vsemirnaya organizatsiya zdravookhraneniya: ofitsial'nyy sayt [World Health Organization: official website]. Retrieved from: <https://www.who.int/ru>

3. Doktrina prodovol'stvennoy bezopasnosti Rossiyskoy Federatsii: Utverzhdena Ukazom Prezidenta Rossiyskoy

Federatsii ot 21 yanvarya 2020 goda No. 20 [Doctrine of food security of the Russian Federation: Approved by Decree of the President of the Russian Federation of January 21, 2020 No. 20]. Retrieved from: <https://docs.cntd.ru/document/564161398>

4. Maksikova, T.M., Kalyagin, A.N., Tolstov, P.V. (2019). Izbytochnoye potrebleniye povarennoy soli: epidemiologicheskoye znachenije i strategii upravleniya. ORGZDRAV: novosti, mneniya, obucheniye [Excessive consumption of table salt: epidemiological significance and management strategies. ORGHEALTH: news, opinions, training]. Vestnik VSHOUZ [VSHOUZ Bulletin]. 5 (1), 38–57. DOI: <https://doi.org/10.24411/2411-8621-2019-11004>.

5. MR 2.3.0122-18 Gigiyena pitaniya. Tsvetovaya indikatsiya na markirovke pishchevoy produktsii v tselyakh informirovaniya potrebiteley : Metodicheskiye rekomendatsii: Utverzhdena Glavnym gosudarstvennym sanitarnym vrachom Rossiyskoy Federatsii 28 fevralya 2018 g. [MP 2.3.0122-18 Food hygiene. Color indication on the labeling of food products for the purpose of informing consumers: Methodological recommendations: Approved by the Chief State Sanitary Doctor of the Russian Federation on February 28, 2018]. Konsul'tantPlyus.

6. O kachestve i bezopasnosti pishchevykh produktov: Federal'nyy zakon №29-FZ ot 02.01.2000 g. (red. ot 13.07.2020 g.) [On the quality and safety of food products: Federal Law No. 29-FZ of 01/02/2000 (as amended on 07/13/2020)]. Konsul'tantPlyus.

7. Potapchik, E.G. (2019). Ekonomicheskiye mekhanizmy motivatsii grazhdan k sledovaniyu zdorovomu obrazu zhizni: mezhdunarodnyy opyt [Economic mechanisms of motivating citizens to

follow a healthy lifestyle: international experience]. Profilakticheskaya meditsina [Preventive Medicine]. 22 (2), 32-37. Retrieved from: <https://doi.org/10.17116/profmed20192202132>

8. Rossiyskiy statisticheskij yezhegodnik. 2022: Statisticheskij sbornik Rosstat [Russian statistical yearbook. 2022: Statistical collection of Rosstat]. Moscow, 2022.

9. Strategiya povysheniya kachestva pishchevoy produktsii v Rossiyskoy Federatsii do 2030 goda: Utverzhdena rasporyazheniem Pravitel'stva Rossiyskoy Federatsii ot 29 iyunya 2016 g. N 1364-r [Strategy for improving the quality of food products in the Russian Federation until 2030: Approved by Order of the Government of the Russian Federation dated June 29, 2016 N 1364-r]. Konsul'tantPlyus.

10. FAO, MFSR, YUNISEF, VPP i VOZ. 2023. Kratkiy obzor. Polozheniye del v oblasti prodovol'stvennoy bezopasnosti i pitaniya v mire – 2023. Urbanizatsiya, preobrazovaniye agroprodovol'stvennykh sistem i zdorovyy ratsion pitaniya v ramkakh vsegda spektra vzaimootnosheniy mezhdu gorodom i derevney. Rim, FAO <https://doi.org/10.4060/CC6550RU> [FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. 2023. Brief overview. The State of Food Security and Nutrition in the World 2023. Urbanization, transformation of agri-food systems and healthy diets across the urban-rural spectrum. Rome, FAO <https://doi.org/10.4060/CC6550RU>]. Retrieved from: <https://www.fao.org/3/cc6550ru/cc6550ru.pdf>

11. Yashkova, N.V. (2019). Indikatory prodovol'stvennoy bezopasnosti [Food security indicators]. Fundamental'nyye issledovaniya [Fundamental Research]. 1, 58-63. Retrieved from: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42405>

Тиницкая О.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры таможенных операций и таможенного контроля

Макарова Г.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры таможенных операций и таможенного контроля

ТАМОЖЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ТАРИФНЫХ ПРЕФЕРЕНЦИЙ

Аннотация. Деятельность таможенных органов (таможенная деятельность, ТД) исторически ориентирована на обеспечение экономических интересов государства. В наборе инструментов, используемых таможенными органами, важная роль, традиционно, отводится экономическим инструментам воздействия на внешнеторговых партнеров, каковыми являются, преимущественно, таможенные пошлины (ТП). По этой причине в настоящее время не только сохраняется, но и усиливается значимость тарифных преференций (ТПР), влияние которых заключается в непосредственном воздействии на объемы ТП, взимаемых при прохождении товарами таможенного контроля (ТК). Актуальность темы данного исследования обусловлена тем, что несмотря на то, что, с экономической точки зрения, страны-доноры недополучают или получают в неполном объеме доходы от взимания ввозных ТП в государственные бюджеты, расширение внешнеторгового сотрудничества может способствовать упрощению процессов достижения договоренностей в сфере внешней торговли (ВТ), насыщению внутреннего рынка необходимыми как для национальной промышленности, так и для населения, товарами, облегчению доступа товаров национальных товаропроизводителей на осваиваемые зарубежные товарные рынки. Однако при этом, наряду с необходимостью обеспечения качества и безопасности ввозимых из-за рубежа товаров, обостряется проблема обеспечения законного, обоснованного предоставления ТПР в соответствии с действующими правилами. Обозначенная проблема актуальна и для Российской Федерации (РФ), использующей ТПР в качестве одного из инструментов таможенного регулирования. Цель проведенного исследования состоит в изучении методологических и организационных основ, а также в оценке результативности предоставления ТПР в РФ, выявлении связанных с этим проблем и возможных путей их решения. Для достижения обозначенной цели с применением целого ряда общенаучных методов и приемов, а именно теоретических, общелогических, экономико-статистических методов, были проанализированы результаты деятельности таможенных органов РФ по обеспечению обоснованного предоставления ТПР в 2018–2022 гг., выявлены связанные с этим проблемы и предложены некоторые пути их решения.

Ключевые слова: ТД, ввоз товаров, ввозные ТП, развивающиеся страны, наименее развитые страны, ТПР, происхождение товаров (ПТ).

Введение. ТД исторически ориентирована на обеспечение экономических интересов государства. Как свидетельствует многолетняя практика, инструментарий,

используемый таможенными органами, является достаточно стабильным – ТП и все остальные инструменты, не связанные с ними, – запреты и ограничения ВТ

и нетарифные инструменты. При этом, как и десятилетия назад, эти инструменты использовались, преимущественно, по двум основным направлениям – урегулирование политических отношений между странами и обеспечение их экономической безопасности [6].

В силу того, что экономическим инструментом воздействия на внешнеторговых партнеров являются, преимущественно, ТП, в настоящее время не только сохраняется, но и усиливается значимость ТПР, влияние которых заключается в непосредственном воздействии на объемы ТП, взимаемых при прохождении товарами ТК [20].

Наряду с этим, по причине осложнения торгово-политических отношений между традиционными внешнеторговыми партнерами в условиях политической нестабильности в мире и переориентации вектора товарных потоков на новые, зачастую еще недостаточно освоенные направления, вопросы укрепления и расширения взаимоотношений в сфере ВТ на обоюдовыгодных условиях приобретают все большую значимость и поэтому находят адекватное отражение в содержании ТД.

Актуальность темы данной статьи обусловлена тем, что несмотря на то, что, с экономической точки зрения, страны-доноры недополучают или получают в неполном объеме доходы от взимания ввозных ТП в государственные бюджеты, расширение внешнеторгового сотрудничества может способствовать упрощению процессов достижения договоренностей в сфере внешней торговли, насыщению внутреннего рынка необходимыми как для национальной промышленности, так и для населения, товарами, облегчению доступа товаров национальных товаропроизводителей на осваиваемые зарубежные товарные рынки.

Однако при этом, наряду с необходимостью обеспечения качества и безопасности ввозимых из-за рубежа товаров,

обостряется проблема обеспечения законного, обоснованного предоставления ТПР в соответствии с действующим правилами. Обозначенная проблема актуальна и для РФ, использующей ТПР в качестве одного из инструментов таможенного регулирования.

Вопросы, связанные с анализом и оценкой действующего механизма предоставления ТПР в отношении ввозимых в РФ товаров, как одного из направлений ТД, неоднократно рассматривались и обсуждались в научных публикациях значительного числа авторов, в числе которых А.С. Алешин [2], Р.Р. Ахмедзянов [9], Д.Д. Бабушкин [1], И.В. Гомон [2], Т.В. Дорожкина [4], А.В. Ефимов [7], Ю.С. Ковалева [2], Э.В. Ласый [4], Г.В. Макарова [6, 20, 21], А.П. Манушкина [7], И.В. Мироненков [8], В.В. Моторина [9], Т.С. Наумова [10], Ю.А. Сапрыкин [22], О.В. Тиницкая [6, 20, 21], К.В. Холостякова [10], Д.Д. Шкурапатов [22] и другие авторы.

Однако под воздействием постоянно изменяющихся внешних и внутренних факторов политического и экономического характера актуальность обозначенных выше проблем сохраняется по настоящее время, что объективно обусловило выбор темы и предмета исследования.

Цель проведенного исследования состоит в изучении методологических и организационных основ, а также в оценке результативности ТД по предоставлению ТПР в РФ, выявлении связанных с этим проблем и возможных путей их решения.

Для достижения обозначенной цели были проанализированы результаты деятельности таможенных органов РФ по обеспечению обоснованного предоставления ТПР в 2018–2022 гг. и выявлены связанные с этим проблемы.

Методы исследования. Проведенное исследование базируется на научных публикациях, посвященных конкретным аспектам ТД. Обработка данных таможенной статистики осуществлена с примене-

нием целого ряда общенаучных методов и приемов, а именно теоретических, общелогических, экономико-статистических методов и др.

Результаты исследования. Обращаясь к сущности ТПР, отметим, что в системе инструментов торговой политики, реализуемых при непосредственном участии таможенных органов, их рассматривают как разновидность льгот, предоставляемых в связи с уплатой ввозных ТП, возможность предоставления которых зависит от ПТ, ввозимых на территорию страны-импортера.

В данном контексте под ПТ понимается конкретная страна (группа стран, отдельная территория страны), происходящими из которых являются импортируемые товары.

В соответствии с действующим порядком, ТПР могут предоставляться не только на двусторонней (взаимной) основе, согласно заключенной между странами-партнерами договоренности, но и на уровне многосторонних соглашений, сторонами которых являются страны-члены интеграционных объединений различного уровня, как, например, зона свободной торговли (ЗСТ) Содружество Независимых Государств (СНГ), Евразийский экономический союз (ЕАЭС).

Таким образом, ТПР могут предоставляться как в рамках национальной системы преференций (СП), действующей в масштабах одной отдельно взятой страны, так и в рамках Единой системы ТПР (например, ЕСТП ЕАЭС), действующей в масштабах конкретного интеграционного объединения государств, причем вне зависимости от их территориальной сопряженности.

Что касается РФ, то как страна – член ЕАЭС в отношениях с внешнеторговыми партнерами она использует ЕСТП ЕАЭС, которая включает ряд традиционных элементов:

– страны-пользователи (развивающиеся страны, наименее развитые стра-

ны, а также страны, образующие с РФ и ее партнерами по ЕАЭС, ЗСТ) [16, 17];

– товары, происходящие из вышеуказанных стран, включенные в действующий Перечень преференциальных товаров [12];

– формы предоставления ТПР (снижение ставки ввозной ТП на 25% или на 100%) [3, ст. 36];

– условия предоставления ТПР [11, 14, 15];

– документы, подтверждающие право на предоставление ТПР [19, ст. 29].

Следовательно, по аналогии с Общей СП (ОСП), принятой и используемой в большинстве зарубежных стран, структуру ЕСТП ЕАЭС формируют географическая составляющая (страны-пользователи), товарная составляющая (товары, ввозимые из стран-пользователей, подпадающие под ТПР) и правовая база.

Как уже было указано ранее, географическая составляющая ЕСТП ЕАЭС представлена развивающимися и наименее развитыми странами. При этом в Перечень развивающихся стран-пользователей ЕСТП ЕАЭС включены «...страны, не классифицируемые Всемирным банком как страны с доходом выше среднего, а также с высоким уровнем дохода», а в Перечень наименее развитых стран – «...страны, включенные в список наименее развитых стран ООН» [14].

Однако в ряде случаев перечисленные выше страны могут быть не включены либо полностью исключены из Перечня стран-пользователей ЕСТП ЕАЭС. Например, согласно действующему порядку подобное решение может быть принято в отношении развивающихся стран по следующим причинам:

– достигнутый страной уровень экономического развития не соответствует уровню, необходимому для получения такого статуса;

– превышение страной установленной доли в объеме мирового экспорта;

– участие в преференциальном соглашении с ЕСТП ЕАЭС;

– включение страны в список наименее развитых стран, утвержденный Организацией Объединенных Наций (ООН) [14].

Что касается наименее развитых стран, то в отношении них такое решение может быть принято, если они исключены из соответствующего списка ООН, либо Генеральной Ассамблеей ООН отменена резолюция, согласно которой данной конкретной стране могут предоставляться ТПР, предусмотренные для других стран такого же статуса [14].

Учитывая условия включения стран – пользователей ЕСТП ЕАЭС в указанные Перечни и исходя из экономических интересов стран – членов ЕАЭС, они периодически подлежат пересмотру.

Товарную составляющую ЕСТП ЕАЭС формируют товары, происходящие из ввозимые из развивающихся или наименее развитых стран – пользователей ЕСТП ЕАЭС и подпадающие под ТПР [12].

Перечни таких товаров сформированы исходя из статуса стран – пользователей ЕСТП ЕАЭС и систематизированы согласно кодам в единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности ЕАЭС (ТН ВЭД ЕАЭС) включенных в них товаров [12].

Отметим, что в отдельных случаях товары могут быть исключены из рассматриваемых перечней, в частности, если:

– ввоз таких товаров на территорию стран – членов ЕАЭС на преференциальных условиях является «чувствительным» по отношению к производству аналогичных товаров в указанных странах (то есть способен повлиять на конкурентоспособность аналогичных товаров собственного производства);

– в отношении таких товаров установлены тарифные квоты, которые сами по себе являются разновидностью тарифных льгот (ТЛ) [12].

Характеризуя правовую составляющую ЕСТП ЕАЭС, следует отметить, что она, прежде всего, касается условий предоставления ТПР в отношении стран-пользователей, которые установлены применительно к каждой группе указанных стран.

Если охарактеризовать их в наиболее общем виде, то они предполагают:

– обязательность соблюдения правил прямой поставки и непосредственной закупки, которые означают, что товары, в отношении которых запрашиваются ТПР, должны быть происходящими и ввезены из страны – получателя ТПР;

– ПТ, в отношении которых запрашиваются ТПР, должно быть подтверждено документом установленной формы;

– страной – получателем ТПР соблюдены требования к административному сотрудничеству (Об утверждении Положения об условиях и порядке) [14].

В целях документального подтверждения ПТ для принятия на этой основе решения о предоставлении ТПР могут быть использованы следующие документы установленной формы:

– сертификат о ПТ, ввозимых из стран – членов СНГ (формы «СТ-1»);

– сертификат о ПТ, ввозимых из Республики Сербия (РС) (формы «СТ-2»);

– сертификат о ПТ, ввозимых из Исламской Республики Иран (ИРИ) (формы «СТ-3»);

– декларация-сертификат о ПТ, ввозимых из развивающихся и наименее развитых стран (формы «А»);

– сертификат о ПТ, ввозимых из Социалистической Республики Вьетнам (CPB) (формы «EAV»);

– сертификат о происхождении общей формы (CERTIFICATE OF ORIGIN), который оформляется на товары, ввозимые из остальных стран мира.

Применение ЕСТП ЕАЭС должно осуществляться на основе соблюдения следующих принципов:

- обязательное выполнение условий международных соглашений (договоров);
- невзаимный характер предоставления ТПР;
- недискриминационный характер предоставления ТПР;
- периодичность пересмотра ЕССП ЕАЭС;
- применение режима наиболее благоприятствующей нации;
- мониторинг и оценка чувствительности преференциальных товаров;
- транспарентность и прогнозируемость порядка предоставления ТПР [21].

Таким образом, механизм предоставления ТПР в странах – членах ЕАЭС и в РФ, в том числе, достаточно прозрачен и отложен.

Однако данные таможенной статистики РФ свидетельствуют о том, что и по данному направлению таможенные органы сталкиваются с определенными как внешними, так и внутренними, проблемами.

В ходе проведенного исследования были проанализированы данные ТД в РФ по данному направлению за последние 5 лет, позволившие сделать некоторые выводы.

Так, проведенное авторами исследование выявило нестабильную динамику показателя, характеризующего общий стоимостной объем ТПР, предоставленных таможенными органами в отношении товаров, ввезенных в РФ в 2018–2022 гг. (рис. 1).

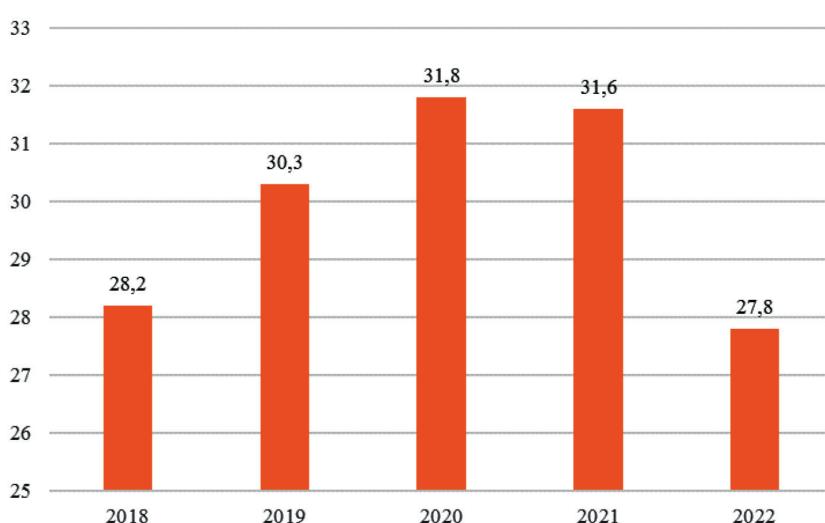


Рис. 1. Динамика общего стоимостного объема ТПР, предоставленных таможенными органами в отношении товаров, ввезенных в РФ в 2018–2022 годы, млрд руб.*

*Составлено по: [5].

В частности, наблюдается динамика устойчивого роста стоимостного объема предоставленных ТПР в 2018–2020 гг. (на 3,6 млрд руб., или на 12,8%) и его устойчивого снижения в 2020–2022 гг. (на 4,0 млрд руб., или на 12,6%).

В целом же, в 2018–2022 гг. можно констатировать снижение величины рассматриваемого показателя на 0,4 млрд руб., или на 1,4%.

Очевидно, что отмеченная динамика стоимостного объема предоставленных ТПР сформирована под влиянием как минимум двух факторов:

- сокращения Перечня развивающихся стран – пользователей ЕССП ЕАЭС;
- снижения объемов внешнеторгового оборота РФ в 2022 г.

О наличии проблем, связанных с предоставлением ТПР, свидетельствуют

данные о корректировках таможенными органами в ходе проведения таможенного контроля представленных декларантами

сведений, на основании которых может быть принято решение о предоставлении ТПР (рис. 2).



Рис. 2. Динамика общего количества документов, оформленных и откорректированных таможенными органами РФ в связи с предоставлением ТПР, в 2018–2022 годы, ед.*

*Составлено по: [5].

Из содержания рис. 2 следует, что в рассматриваемом периоде, вплоть по 2021 г. включительно, наблюдалась положительная динамика показателя, характеризующего деятельность таможенных органов РФ по корректировке сведений о ПТ: общее количество принятых решений о корректировке сведений о ПТ увеличилось с 2906 ед. в 2018 г. до 13950 ед. в 2021 г. (на 11044 ед., или в 4,8 раза).

Безусловно, такая динамика не может быть оценена как положительная, поскольку свидетельствует о значительном увеличении числа выявленных таможенными органами фактов недостоверного декларирования участниками внешнеторговой деятельности (УВТД) сведений о ПТ, ввезенных в РФ. Прежде всего, это связано с резким ростом объемов ввоза в страну так называемых «проблемных» товаров, происходящих из стран, проводящих и

поддерживающих санкционную политику в отношении РФ, но в то же время экспортруемых в РФ из этих стран через страны ближнего зарубежья, формирующие вместе с РФ ЗСТ СНГ.

Однако в 2022 г. в связи с уменьшением товарных потоков в РФ из зарубежных стран значение рассматриваемого показателя уменьшилось в сравнении с 2021 г. на 4978 ед., или на 35,7%. В целом же значение показателя 2022 г. превышает значение аналогичного показателя 2018 г. на 6066 ед., или в 3,1 раза.

Вместе с тем, корректировка таможенными органами сведений о ПТ не всегда сопровождается отменой ТПР, поскольку ПТ должно быть подтверждено и при применении в отношении них нетарифных мер регулирования ВТ. Так, в 2019–2022 гг. ТПР были отменены по 57,6%, 47,5%, 31,7% и 24,9% товаров, в отношении ко-

торых таможенными органами были произведены корректировки сведений о ПТ. В свою очередь, в 2018 г. только в 50,6% случаев ТПР были отменены таможенными органами на основании корректировки сведений о ПТ.

Далее отметим, что положительная динамика в 2018–2021 гг. количества при-

нятых таможенными органами решений о корректировке сведений о ПТ, заявленных УВТД, обусловила и устойчивый рост довзысканных в связи с этим таможенных платежей, в результате чего значение данного показателя в 2021 г. превысило значение аналогичного показателя 2018 г. на 1351,4 млн руб., или в 18,8 раз (рис. 3).

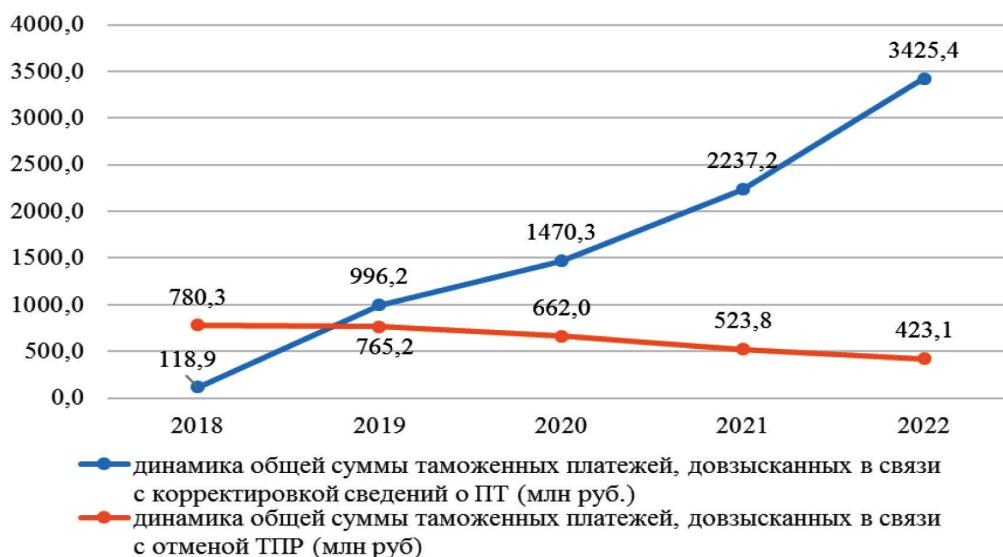


Рис. 3. Динамика объемов таможенных платежей, довзысканных по причине корректировки заявленных сведений о ПТ и отмены ТПР в 2018–2022 гг., млн руб.*

*Составлено по: [5].

При этом, несмотря на уменьшение количества принятых таможенными органами решений о корректировке сведений о ПТ в 2022 г. в сравнении с 2021 г. на 4978 ед., или на 35,7%, в указанном году также был достигнут рост довзысканных в связи с этим таможенных платежей – на 1188,2 млн руб., или на 45,5%.

В то же время в 2018–2022 гг. выявлена отрицательная динамика таможенных платежей, довзысканных в связи с отменой таможенными органами ТПР, – на 357,2 млн руб., или на 1,4%, что можно оценивать как положительную тенденцию, означающую повышение качества декларирования УВТД сведений о ПТ, на основании которых предоставляются ТПР.

В дополнение к проведенному анализу отметим, что основными причинами отмены ТПР являются нарушение декларантами правил определения ПТ и/или недостоверное декларирование УВТД таможенным органам сведений о нем.

В числе основных нарушений декларантами правил определения ПТ выделяют следующие:

- страна происхождения товаров не является пользователем ЕСТП ЕАЭС;
- ввезенный товар не включен в перечень преференциальных товаров;
- отсутствует документ, подтверждающий ПТ, либо нарушены сроки его представления в таможенные органы [8, 10].

Что касается недостоверного декларирования УВТД таможенным органам

сведений о ПТ, то к числу таких нарушений относят, прежде всего, нарушение правил оформления документов, подтверждающих ПТ, а именно:

- несоответствие сведений, заявляемых декларантом в документе, подтверждающем ПТ, сведениям, указанным в декларации на товары (ДТ), либо в других таможенных и/или коммерческих документах, представленных в таможенный орган;
- расхождение в количестве товара, указанного в документе, подтверждающем его происхождение, и его количестве, заявленном в ДТ, более чем на 5%;
- проблематичность для декларанта документального подтверждения соблюдения условия прямой поставки товара;
- нарушение требований к заполнению документов, подтверждающих ПТ (например, нечеткие подписи лиц и печати организаций, уполномоченных удостоверять документы, подтверждающие ПТ, что не позволяет идентифицировать их с образцами, имеющимися в распоряжении таможенных органов);
- несоответствие подписей лиц, уполномоченных удостоверять документы, подтверждающие ПТ, образцам, имеющимися в распоряжении таможенных органов;
- несоответствие печатей организаций, уполномоченных удостоверять документы, подтверждающие ПТ, образцам, имеющимися в распоряжении таможенных органов [1].

Во избежание нарушения правил определения ПТ предусмотрена возможность получения предварительного решения о ПТ (ПР о ПТ), оформляемого и выдаваемого Федеральной таможенной службой (ФТС России) [13].

Однако несмотря на то, что предварительное получение указанного документа обеспечивает экономию времени на совершение таможенных операций при таможенном декларировании и таможенном контроле ввезенных товаров, по

данным ФТС России, начиная с 2016 года, фактов обращения УВТД с заявлениеми о выдаче ПР о ПТ зафиксировано не было [18].

По мнению УВТД, основная причина заключается в том, что для получения данного документа требуется соблюдение чрезмерно большого количества требований, в числе которых представление в таможенный орган документа, подтверждающего ПТ, а именно сертификата о ПТ [19, ст. 34].

При этом, согласно положениям действующего таможенного законодательства, сертификат о ПТ уже сам по себе подтверждает факт происхождения указанного в нем товара из обозначенной в документе страны.

По этой причине декларанты, учитывая материальные затраты УВТД на получение ПР о ПТ и ограниченные возможности его применения (распространяется только на те товары, которые указаны в данном решении), ограничиваются получением сертификата о ПТ, поскольку ПР о ПТ, фактически, дублирует его функции.

Помимо этого, в целях обеспечения правильного определения ПТ и его достоверного декларирования налажено сотрудничество таможенных органов РФ с аналогичными службами зарубежных стран. Так, на сегодняшний день наложен обмен оттисками печатей, подписей и фамилий лиц, уполномоченных заверять сертификаты о ПТ, в целях предоставления ТПР, а также реализуется возможность направления международных запросов о предоставлении информации о выданных сертификатах о ПТ в уполномоченные органы зарубежных стран [5].

В настоящее время основным инструментом ускорения процедуры подтверждения ПТ и на этой основе таможенного контроля, в целом, является взаимное применение электронных систем верификации ПТ (ЭСВПТ) между РФ и ее внешнеэкономическими партнерами. В данный процесс

вовлечены уже многие страны мира. При этом, если с некоторыми странами данная работа находится только на стадии подготовки

проектов и их согласования, то с другими такие документы уже подписаны и работают (табл.)

Таблица

Результаты работы ФТС России по применению ЭСВПТ в 2020–2022 гг.*

Материки / Части света			
Европа	Азия	Африка	Латинская Америка
Бельгия	Азербайджан	Египет	Венесуэла
Германия	Афганистан	Мадагаскар	Куба
Испания	Бангладеш	Марокко	Перу
Италия	Вьетнам	Тунис	Уругвай
Нидерланды	Камбоджа	Эфиопия	
Португалия	Китай		
Финляндия	Мьянма		
Франция	Пакистан		
	Таджикистан		
	Узбекистан		
	Филиппины		
	Шри-Ланка		

*Составлено по: [5].

Из указанных в таблице стран с точки зрения предоставления ТПР представляют интерес, прежде всего, страны Азии, Африки и Латинской Америки.

Что касается взаимного применения ЭСВПТ со странами Западной Европы, то оно распространяется на непреференциальные сертификаты о ПТ.

Таким образом, обобщая вышеизложенное, можно выделить следующие актуальные направления ликвидации проблем, связанных с предоставлением ТПР при ввозе товаров в РФ:

– повышение квалификации специалистов, удостоверяющих документы, подтверждающие ПТ, и усиление их ответственности за выдачу документов, содержащих недостоверные сведения, и/или оформленных с нарушением действующих правил и требований;

– повышение квалификации декларантов и усиление их ответственности за недостоверное декларирование таможенным органам сведений о ПТ;

– активизация работы по расширению и укреплению сотрудничества между

ФТС России и таможенными службами стран-партнеров по ВТ в части внедрения ЭСВПТ;

– в условиях сохранения действующих внешних санкционных ограничений представляется целесообразным продлить действие правила, касающегося неприменения условия непосредственной закупки в качестве обязательного условия предоставления ТПР при ввозе товаров из развивающихся и наименее развитых стран (в настоящее время срок его действия ограничен 31.12.2023 г.) [11].

Выходы и заключение. Проведенное исследование позволило в очередной раз подчеркнуть значимость обеспечения обоснованного предоставления ТПР, обеспечивающих соблюдение как экономических, так и политических интересов страны, в ТД.

С экономической точки зрения ТПР обеспечивают возможность импорта на более выгодных условиях целого ряда товаров, не производимых в РФ, посредством освобождения их от обложения ввозными ТП, либо снижения размера ставок последних.

С политической же точки зрения ТПР могут выступать в качестве инструмента укрепления и дальнейшего развития отношений между РФ и целым рядом развивающихся и наименее развитых стран посредством наделения их статусом стран – пользователей ЕСТП ЕАЭС.

В интересах как РФ, так и стран – пользователей ЕСТП ЕАЭС, разработаны и применяются на практике правила определения ПТ, соблюдение которых обеспечивается таможенными органами в ходе прохождения ввозимыми товарами ТК.

Проведенный анализ результатов деятельности таможенных органов РФ по данному направлению позволил сделать вывод о том, что на практике имеют место нарушения как правил предоставления ТПР, так и порядка декларирования УВТД таможенным органам необходимых для этого сведений.

Анализ выявленных проблем позволил сформулировать некоторые направления их возможного разрешения в целях повышения результативности применения ТПР в качестве инструмента таможенного регулирования.

Список литературы

1. **Бабушкин, Д. Д.** Анализ проблем, возникающих в процессе предоставления тарифных преференций в ЕАЭС, и возможные пути решения / Д. Д. Бабушкин // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-problem-voznikayuschih-v-protsesse-predostavleniya-tarifnyh-preferentsiy-v-eaes-i-vozmozhnye-puti-resheniya> (дата обращения: 18.10.2023). – Текст : электронный.

2. **Гомон, И. В.** Оценка льгот по уплате таможенных платежей и тарифных преференций / И. В. Гомон, Ю. С. Алешин, Ю. С. Ковалева // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-lygot-po-uplate-tamozhennyh-platежey-i-tarifnyh-preferentsiy>

– URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lygot-po-uplate-tamozhennyh-platezhey-i-tarifnyh-preferentsiy> (дата обращения: 22.10.2023). – Текст : электронный.

3. **Договор о Евразийском экономическом союзе :** подписан в г. Астане 29.05.2014 г. (ред. от 24.03.2022) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LA_W_163855/0be36c1fcadd0cdd1f8c0984ef99fbc7d8da61b9/ (дата обращения: 17.10.2023). – Текст : электронный.

4. **Дорожкина, Т. В.** Развитие нормативного регулирования предоставления льгот и преференций в рамках ЕАЭС / Т. В. Дорожкина, Э. В. Ласый // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-normativnogo-regulirovaniya-predostavleniya-lygot-i-preferentsiy-v-ramkah-eaes> (дата обращения: 20.10.2023). – Текст : электронный.

5. Ежегодный сборник «Таможенная служба Российской Федерации». – URL: <https://customs.gov.ru/activity/results/ezhegodnyj-sbornik-tamozhennaya-sluzhba-rossijskoj-federacii> (дата обращения: 15.10.2023). – Текст : электронный.

6. **Макарова, Г. В.** Упрощение процедур внешней торговли в условиях развития цифровой экономики : монография / Г. В. Макарова, О. В. Тиницкая. – Санкт-Петербург : ИЦ Интермедиа, 2023. – 176 с. – Текст : непосредственный

7. **Манушина, А. П.** Роль тарифных преференций ЕАЭС в мировой торговле / А. П. Манушина, А. В. Ефимов // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tarifnyh-preferentsiy-eaes-v-mirovoy-torgovle> (дата обращения: 12.03.2023). – Текст : электронный.

8. **Мироненков, И. В.** Анализ практики предоставления льгот и преференций по уплате таможенных платежей / И. В. Мироненков // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-praktiki-predostavleniya-lygot-i-preferentsiy-po-uplate-tamozhennyh-platежey>

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-praktiki-predostavleniya-lgot-i-preferentsiy-po-uplate-tamozhennyh-platezhey> (дата обращения: 20.02.2023). – Текст : электронный.

9. Моторина, В. В. Тенденции и перспективы развития системы тарифных льгот и преференций в условиях ЕАЭС / В. В. Моторина, Р. Р. Ахмедзянов // Научная электронная библиотека «Киберленинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-perspektivy-razvitiya-sistemy-tarifnyh-lgot-i-preferentsiy-v-usloviyah-eaes> (дата обращения: 12.10.2023). – Текст : электронный.

10. Наумова, Т. С. Тарифные преференции: институциональный аспект применения / Т. С. Наумова, К. В. Холостякова // Научная электронная библиотека «Киберленинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tarifnye-preferentsii-institutionalnyy-aspekt-primeneniya> (дата обращения: 17.10.2023). – Текст : электронный.

11. О внесении изменений в Правила определения происхождения товаров из развивающихся и наименее развитых стран : Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 17.03.2022 года № 33 // СПС «КонсультантПлюс». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411983/ (дата обращения: 17.10.2023). – Текст : электронный.

12. О перечне товаров, происходящих из развивающихся стран или из наименее развитых стран, в отношении которых при ввозе на таможенную территорию Евразийского экономического союза предоставляются тарифные преференции : Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 13.01.2017 года № 8 (ред. от 12.11.2021) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_213383/ (дата обращения: 19.10.2023). – Текст : электронный.

13. Об утверждении Административного регламента Федеральной таможенной службы по предоставлению государственной услуги по принятию предварительных решений о происхождении товаров : Приказ ФТС России от 20.04.2020 года № 381 // СПС «КонсультантПлюс». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_355367/ (дата обращения: 17.10.2023). – Текст : электронный.

14. Об утверждении Положения об условиях и порядке применения единой системы тарифных преференций Евразийского экономического союза : Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 06.04.2016 года № 47 (ред. от 19.12.2019) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_201514/ (дата обращения: 17.10.2023). – Текст : электронный.

15. Об утверждении Правил определения происхождения товаров из развивающихся и наименее развитых стран : Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 14.06.2018 года № 60 (ред. от 17.03.2022) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_302985/ (дата обращения: 20.10.2023). – Текст : электронный.

16. Перечень наименее развитых стран-пользователей единой системы тарифных преференций Евразийского экономического союза (приложение № 3 к Решению Комиссии Таможенного союза от 27.11.2009 года № 130 (ред. от 05.03.2021) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95077/ (дата обращения: 19.10.2023). – Текст : электронный.

17. Перечень развивающихся стран-пользователей единой системы тарифных преференций Евразийского экономического союза (приложение № 2 к Решению Комиссии Таможенного

союза от 27.11.2009 года № 130 (ред. от 05.03.2021) // (ред. от 05.03.2021) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95078/ (дата обращения: 19.10.2023). – Текст : электронный.

18. Сведения о предоставлении госуслуг. – URL: <https://customs.gov.ru/svedeniya-o-kolichestve-predostavleniy-h-gosuslug> (дата обращения: 23.10.2022). – Текст : электронный.

19. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза. Приложение к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза от 11.04.2017 года (ред. от 18.03.2023) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/ (дата обращения: 19.10.2023). – Текст : электронный.

20. **Тиницкая, О. В.** Актуальные проблемы государственного регулирования импорта товаров Российской Федерации в современных условиях / О. В. Тиницкая,

Г. В. Макарова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 4(89). – С. 117–128. – ISSN 2223-5639.

21. **Тиницкая, О. В.** Экономические аспекты оптимизации географической структуры единой системы тарифных преференций Евразийского экономического союза / О. В. Тиницкая, Г. В. Макарова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 2(93). – С. 83–94. – ISSN 2223-5639.

22. **Шкурапатов, Д. Д.** Тарифные преференции: сущность, характеристика, цели применения / Д. Д. Шкурапатов, Ю. А. Сапрыкин // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tarifnye-preferentsii-suschnost-harakteristika-tseli-primeneniya> (дата обращения: 18.10.2023). – Текст : электронный.

Tinitskaya O.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Economics, Associate Professor, Chair of Customs Operations and Customs Control

Makarova G.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Economics, Associate Professor, Chair of Customs Operations and Customs Control

CUSTOMS ACTIVITY OF THE RUSSIAN FEDERATION: THEORY AND PRACTICE OF PROVIDING TARIFF PREFERENCES

Abstract. The activities of customs authorities (customs activities, CA) have historically been focused on ensuring the economic interests of the state. In the set of tools used by customs authorities, an important role is traditionally given to economic instruments of influence on foreign trade partners, which are mainly customs duties (CD). For this reason, at present, the importance of tariff preferences (TPR) is not only maintained, but also increased, the impact of which is to directly impact the volume of TP levied when goods pass through customs control (TC). The relevance of the topic of this study is due to the fact that despite the fact that, from an economic point of view, donor countries do not receive or receive incomplete income from the collection of import TP into state budgets, the expansion of foreign trade cooperation can help simplify the processes of reaching agreements in the field of foreign trade (FT), saturation of the domestic market with goods necessary for both national industry and the population, facilitating access of goods of national commodity producers to developed foreign commodity markets. However, at the same time, along with the need to ensure the quality and safety of goods imported from abroad, the problem of ensuring the legal, justified provision of TPR in accordance with the current rules is becoming more acute. The identified problem is also relevant for the Russian Federation (RF), which uses TPR as one of the instruments of customs regulation. The purpose of the study is to study the methodological and organizational foundations, as well as to assess the effectiveness of providing TPR in the Russian Federation, identifying related problems and possible ways to solve them. To achieve the stated goal, using a number of general scientific methods and techniques, namely theoretical, general logical, economic and statistical methods, the results of the activities of the customs authorities of the Russian Federation to ensure the reasonable provision of TPR in 2018–2022 were analyzed, related problems were identified and proposed some ways to solve them.

Keywords: TD, import of goods, import TP, developing countries, least developed countries, TPR, origin of goods (OG).

References

1. Babushkin, D.D. Analiz problem, voznykayushchikh v protsesse predostavleniya tarifnykh preferentsiy v YEAES, i vozmozhnyye puti resheniya [tekst nauchnoy stat'i po spetsial'nosti «Pravo»] [Analysis of problems arising in the process of providing tariff preferences in the EAEU, and possible solutions [text of a scientific article in the specialty "Law"]. Nauchnaya elektronnaya biblioteka «Kiberleninka» [Scientific

electronic library "Cyberleninka"]]. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-problem-voznikayushchih-v-protsesse-predostavleniya-tarifnyh-preferentsiy-v-eaes-i-vozmozhnye-puti-resheniya>

2. Gomon, I.V., Aleshin, Yu.S., Kovaleva, Yu.S. Otsenka l'got po uplate tamozhennykh platezhey i tarifnykh preferentsiy [tekst nauchnoy stat'i po spetsial'nosti «Ekonomika i biznes»] [Evaluation of benefits for the payment of customs duties and tariff preferences [text of

a scientific article in the specialty "Economics and Business"]. Nauchnaya elektronnaya biblioteka «Kiberleninka» [Scientific electronic library "Cyberleninka"]. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-lgot-po-uplate-tamozhennyh-platezhey-i-tarifnyh-preferentsiy>

3. Dogovor o Yevraziyskom ekonomicheskem soyuze: Podpisany g. Astane 29.05.2014 g. (red. ot 24.03.2022) [Treaty on the Eurasian Economic Union: Signed in Astana on May 29, 2014 (as amended on March 24, 2022)]. SPS «Konsul'tantPlyus». Retrieved from: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/0be36c1f/cadd0cd1f8c0984ef99fbc7d8da61b9/

4. Dorozhkina, T.V., Lasyy, E.V. Razvitiye normativnogo regulirovaniya predostavleniya l'got i preferentsiy v ramkakh YEAES [tekst nauchnoy stat'i po spetsial'nosti «Ekonomika i biznes»] [Development of regulatory regulation of the provision of benefits and preferences within the EAEU [text of a scientific article in the specialty "Economics and Business"]. Nauchnaya elektronnaya biblioteka «Kiberleninka» [Scientific electronic library "Cyberleninka"]. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-normativnogo-regulirovaniya-predostavleniya-lgot-i-preferentsiy-v-ramkah-eaes>

5. Yezhegodnyy sbornik «Tamozhennaya sluzhba Rossiyskoy Federatsii» [Annual collection "Customs Service of the Russian Federation"]. Retrieved from: <https://customs.gov.ru/activity/results/ezhegodnyj-sbornik-tamozhennaya-sluzhba-rossijskoj-federacii>

6. Makarova, G.V., Tinitskaya, O.V. (2023). Uproshcheniye protsedur vneshney torgovli v usloviyakh razvitiya tsifrovoy ekonomiki: monografiya [Simplification of foreign trade procedures in the context of the development of the digital economy: monograph]. SPb.: PC Intermedia.

7. Manushina, A.P., Efimov, A.V. Rol' tarifnykh preferentsiy YEAES v mirovoy

torgovle [tekst nauchnoy stat'i po spetsial'nosti «Ekonomika i biznes»] [The role of EAEU tariff preferences in global trade [text of a scientific article in the specialty "Economics and Business"]. Nauchnaya elektronnaya biblioteka «Kiberleninka» [Scientific electronic library "Cyberleninka"]. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tarifnyh-preferentsiy-eaes-v-mirovoy-torgovle>

8. Mironenkov, I.V. Analiz praktiki predostavleniya l'got i preferentsiy po uplate tamozhennykh platezhey [tekst nauchnoy stat'i po spetsial'nosti «Ekonomika i biznes»] [Analysis of the practice of providing benefits and preferences for the payment of customs duties [text of a scientific article in the specialty "Economics and Business"]. Nauchnaya elektronnaya biblioteka «Kiberleninka» [Scientific electronic library "Cyberleninka"]. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-praktiki-predostavleniya-lgot-i-preferentsiy-po-uplate-tamozhennyh-platezhey>

9. Motorina, V.V., Akhmedzyanov, R.R. Tendentsii i perspektivy razvitiya sistemy tarifnykh l'got i preferentsiy v usloviyakh YEAES [tekst nauchnoy stat'i po spetsial'nosti «Ekonomika i biznes»] [Trends and prospects for the development of the system of tariff benefits and preferences in the conditions of the EAEU [text of a scientific article in the specialty "Economics and Business"]. Nauchnaya elektronnaya biblioteka «Kiberleninka» [Scientific electronic library "Cyberleninka"]. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-perspektivy-razvitiya-sistemy-tarifnyh-lgot-i-preferentsiy-v-usloviyah-eaes>

10. Naumova, T.S., Kholostyakova, K.V. Tarifnyye preferentsii: institutsional'nyy aspekt primeneniya [tekst nauchnoy stat'i po spetsial'nosti «Ekonomika i biznes»] [Tariff preferences: institutional aspect of application [text of a scientific article in the specialty "Economics and Business"]. Nauchnaya elektronnaya biblioteka «Kiberleninka»

[Scientific electronic library "Cyberleninka"]. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/tarifnye-preferentsii-institutsionalnyy-aspekt-primeneniya>

11. O vnesenii izmeneniy v Pravila opredeleniya proiskhozdeniya tovarov iz razvivayushchikhsya i naimeneye razvitykh stran: Resheniye Soveta Yevraziyskoy ekonomicheskoy komissii ot 17.03.2022 goda № 33 [On amendments to the Rules for determining the origin of goods from developing and least developed countries: Decision of the Council of the Eurasian Economic Commission dated March 17, 2022 No. 33]. SPS «Konsul'tantPlyus». Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411983/

12. O perechne tovarov, proiskhodyashchikh iz razvivayushchikhsya stran ili iz naimeneye razvitykh stran, v otnoshenii kotorykh pri vvoze na tamozhennuyu territoriyu Yevraziyskogo ekonomicheskogo soyuza predostavlyayutsya tarifnyye preferentsii: Resheniye Soveta Yevraziyskoy ekonomicheskoy komissii ot 13.01.2017 goda № 8 (red. ot 12.11.2021) [On the list of goods originating from developing countries or from least developed countries for which tariff preferences are provided when imported into the customs territory of the Eurasian Economic Union: Decision of the Council of the Eurasian Economic Commission dated January 13, 2017 No. 8 (as amended on November 12, 2021). SPS «Konsul'tantPlyus». Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_213383/

13. Ob utverzhdenii Administrativnogo reglamenta Federal'noy tamozhennoy sluzhby po predostavleniyu gosudarstvennoy uslugi po prinyatiyu predvaritel'nykh resheniy o proiskhozdenii tovarov: Prikaz FTS Rossii ot 20.04.2020 goda № 381 [On approval of the Administrative Regulations of the Federal Customs Service for the provision of public services for making preliminary decisions on the origin of goods: Order

of the Federal Customs Service of Russia dated April 20, 2020 No. 381]. SPS «Konsul'tantPlyus». Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_355367/

14. Ob utverzhdenii Polozheniya ob usloviyakh i poryadke primeneniya yedinoy sistemy tarifnykh preferentsiy Yevraziyskogo ekonomicheskogo soyuza: Resheniye Soveta Yevraziyskoy ekonomicheskoy komissii ot 06.04.2016 goda № 47 (red. ot 19.12.2019) [On approval of the Regulations on the conditions and procedure for applying the unified system of tariff preferences of the Eurasian Economic Union: Decision of the Council of the Eurasian Economic Commission dated 04/06/2016 No. 47 (as amended on 12/19/2019)]. SPS «Konsul'tantPlyus». Retrieved from: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_201514/

15. Ob utverzhdenii Pravil opredeleniya proiskhozdeniya tovarov iz razvivayushchikhsya i naimeneye razvitykh stran: Resheniye Soveta Yevraziyskoy ekonomicheskoy komissii ot 14.06.2018 goda № 60 (red. ot 17.03.2022) [On approval of the Rules for determining the origin of goods from developing and least developed countries: Decision of the Council of the Eurasian Economic Commission dated June 14, 2018 No. 60 (as amended on March 17, 2022)]. SPS «Konsul'tantPlyus». Retrieved from: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_302985/

16. Perechen' naimeneye razvitykh stran-pol'zovateley yedinoy sistemy tarifnykh preferentsiy Yevraziyskogo ekonomicheskogo soyuza (prilozheniye № 3 k Resheniyu Komissii Tamozhennogo soyuza ot 27.11.2009 goda № 130 (red. ot 05.03.2021) [List of least developed countries that are users of the single system of tariff preferences of the Eurasian Economic Union (Appendix No. 3 to the Decision of the Customs Union Commission dated November 27, 2009 No. 130 (as amended on March 5, 2021)]. SPS

«Konsul'tantPlyus». Retrieved from: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95077/

17. Perechen' razvivayushchikhsya stran-pol'zovateley yedinoy sistemy tarifnykh preferentsiy Yevraziyskogo ekonomicheskogo soyuza (prilozheniye № 2 k Resheniyu Komissii Tamozhennogo soyuza ot 27.11.2009 goda № 130 (red. ot 05.03.2021), (red. ot 05.03.2021) [List of developing countries that are users of the single system of tariff preferences of the Eurasian Economic Union (Appendix No. 2 to the Decision of the Customs Union Commission dated November 27, 2009 No. 130 (as amended on 03/05/2021), (as amended on 03/05/2021). SPS «Konsul'tantPlyus». Retrieved from: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95078/

18. Svedeniya o predostavlenii gosuslug [Information on the provision of public services]. Retrieved from: <https://customs.gov.ru/svedeniya-o-kolichestve-predostavlennyx-gosuslug>

19. Tamozhenny kodeks Yevraziyskogo ekonomicheskogo soyuza. Prilozheniye k Dogovoru o Tamozhennom kodekse Yevraziyskogo ekonomicheskogo soyuza ot 11.04.2017 goda (red. ot 18.03.2023) [Customs Code of the Eurasian Economic Union. Appendix to the Agreement on the Customs Code of the Eurasian Economic Union dated 04/11/2017 (as amended on 03/18/2023). SPS «Konsul'tantPlyus». Retrieved from: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/

20. Tinitskaya, O.V., Makarova, G.V. (2021). Problemy gosudarstvennogo regulirovaniya importa tovarov Rossiyskoy Federatsii v sovremennykh usloviyakh [Problems of state regulation of imports of goods of the Russian Federation in modern conditions]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4 (89), 117–128. – ISSN 2223-5639.

21. Tinitskaya, O.V., Makarova, G.V. (2022). Ekonomicheskiye aspekty optimizatsii geograficheskoy struktury yedinoy sistemy tarifnykh preferentsiy Yevraziyskogo ekonomicheskogo soyuza [Economic aspects of optimizing the geographical structure of the unified system of tariff preferences of the Eurasian Economic Union]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 2 (93), 83–94. – ISSN 2223-5639.

22. Shkuropatov, D.D., Saprykin, Yu.A. Tarifnyye preferentsii: sushchnost', kharakteristika, tseli primeneniya [tekst nauchnoy stat'i po spetsial'nosti «Ekonomika i biznes»] [Tariff preferences: essence, characteristics, purposes of application [text of a scientific article in the specialty "Economics and Business"]. Nauchnaya elektronnaya biblioteka «Kiberleninka» [Scientific electronic library "Cyberleninka"]. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/tarifnye-preferentsii-suschnost-harakteristika-tseli-primeneniya>

e-mail: tinitskayaov@yandex.ru

УДК 338.27

DOI: 10.21295/2223-5639-2023-6-110-118

Лубнина А.А.

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»,
канд. экон. наук, доцент кафедры логистики и управления

Иванова Р.П.

Генеральный директор АО «Лента», канд. экон. наук

Зарайченко И.А.

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»,
канд. экон. наук, доцент кафедры логистики и управления

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВОЗМОЖНОСТЕЙ НЕЙРОСЕТЕВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Исследование выполнено в рамках гранта Президента РФ по государственной поддержке
ведущих научных школ РФ № НШ-1886.2022.2

Аннотация. На сегодняшний день инновационный путь развития промышленности подразумевает переход на шестой технологический уклад, что сопряжено с революционными изменениями в области промышленных технологий. Приоритетными направлениями в этом направлении являются разработка и внедрение киберфизических систем, искусственного интеллекта, промышленного интернета, информационных технологий, роботизации и др. Целью статьи является прогнозирование инновационного развития промышленности с использованием возможностей нейросетевого моделирования на базе программного продукта MatLAB. Предметом исследования является нейросетевое моделирование инновационного развития промышленности. Ускорение научно-технического прогресса характеризуется большими объемами данных, которые являются обязательным элементом интеллектуальной деятельности. Большие базы информации позволяют предоставлять прогнозы высокой точности на базе современного математического аппарата, в том числе нейросетевого моделирования, которое в настоящее время является наиболее перспективным инструментом для решения множества задач любой направленности. Для достижения поставленной цели в статье решены следующие задачи: построены степенная и полиномиальная линии тренда для прогнозирования показателей; проведен корреляционный анализ для определения тесноты связи между показателями; проведено обучение нейросетей с использованием программного продукта MatLAB; сопоставлены полученные результаты прогнозов с фактическими значениями показателей. Объектом изучения является промышленный комплекс Российской Федерации. Полученные результаты могут быть полезны для совершенствования методов и инструментов прогнозирования трендов инновационного развития промышленности страны.

Ключевые слова: прогнозирование, инновационное развитие, корреляционный анализ, нейросетевое моделирование, промышленность, затраты на научные исследования, MatLAB.

Введение. Выбранная тематика исследования является актуальной, поскольку глобальные современные концепции развития требуют внедрения новых

или усовершенствованных технологий, направленных на модернизацию организационных структур и производственных процессов, формирование более энерго- и

ресурсоэффективных высокотехнологичных производственных систем для выпуска конкурентоспособной продукции. Кроме того, важным моментом является прогнозирование трендов развития для совершенствования политики развития производственного сектора в условиях Индустрии 4.0.

Проблематика совершенствования производственных процессов является закономерным продолжением развития парадигм управления промышленными организациями, которые прошли длительный путь эволюции через трансформацию бизнес-моделей, революции в технике и технологиях, изменения научного мышления, достижения научно-технического прогресса. Современные парадигмы синергии плавно сменяются или дополняются парадигмой гибридного управления, включающей гибкое производство, интеллектуальные производственные системы и системы управления, интеграционное управление, гибридное мышление. Однако в этом управлении проблемы снижения эффективности перетекают в плоскость таких вопросов, как наличие турбулентности, высокие производственные и управлочные риски, нарастание скорости технологических и организационных изменений, уровень загрузки производства и пропорции сочетания объемов материального и нематериального капитала, нарастание уровня самоорганизации систем, достижение технологического лидерства и др.

Стратегия инновационного развития цепочек поставок в рамках Индустрии 4.0, обзор технологий и бизнес-моделей представлены в статье Н.С. Pfohl и др. [1]. Важность четвертой промышленной революции, ее значения и последствия, прогноз будущего производственных систем, резервы повышения их эффективности отражены в работах F. Almada-Lobo [2], A.C. Pereira и др. [3]. Сравнительный анализ алгоритмов оптимизации в нейронных сетях встречается в работах Е.М. Dogo и др. [4], сравнение инструментов искусств-

венного интеллекта представлено в исследовании V.P. Dyakopov и др. [5]. Разработка эффективных производств в рамках концепции устойчивого развития входит в область научных интересов Ф.Ф. Галимулиной, Ч.А. Мисбаховой и др. [6].

Таким образом, изучению проблем развития предприятий обрабатывающего сектора в рамках современных концепций, а также возможностям применения инструментов нейросетевого моделирования посвящено значительное количество исследований, что обуславливает актуальность выбранной темы исследования.

Целью статьи является – прогнозирование инновационного развития промышленности с использованием возможностей нейросетевого моделирования на базе программного продукта MatLAB. Для достижения поставленной цели в статье решены следующие задачи:

- 1) выбран круг показателей для прогнозирования трендов инновационного развития промышленности;
- 2) проведен корреляционный анализ для выявления зависимости между рассматриваемыми показателями;
- 3) оценена динамика показателей инновационного развития промышленности за 1999–2020 гг.;
- 4) разработан алгоритм определения тенденций инновационного развития промышленных предприятий на основе инструментов нейросетевого моделирования;
- 5) предложен обучающий алгоритм обучения нейронных сетей на базе программного продукта MatLAB.

Эмпирическую базу работы составляют данные Росстата за 1999–2021 гг. [7].

Методы исследования. В статье использованы методы описательной статистики, системного анализа, методы линейного программирования, методы графического представления полученных результатов, а также для представления результатов применены программный пакет для статистического анализа «Statistica»,

программное обеспечение «Wolfram Mathematica», нейросетевое моделирование на базе программного продукта MatLAB.

Результаты исследования. Поскольку инновационное развитие предприятий в современных условиях диктует необходимость разработки передовых технологий, в исследовании в качестве зависимой переменной определен индикатор «Используемые передовые производственные технологии (ППТ), единиц». Прогнозирование инновационного развития промышленности осуществлено на базе 34 индикаторов в период 1999–2020 гг.

Круг показателей сформирован индикаторами, которые характеризуют: количество предприятий, выполнявших научные исследования и разработки (НИР), в разрезе видов предприятий; число исследователей и сотрудников, занятых НИР, в разрезе видов деятельности; объемы затрат на НИР в разрезе видов расходов; объемы производства продукции и услуг, включая инновационную продукцию; экологическую эффективность производства и снижение негативного влияния на природную среду; число изобретений, полезных моделей, промышленных образцов.

Для выявления тесноты связи между зависимой переменной и независимыми в работе применен корреляционный анализ, который позволяет выявить связь между двумя или более случайными величинами. Таким образом, выявлена тесная прямая взаимосвязь между числом передовых производственных технологий (Y) и показателями: число предприятий, выполнивших НИР, единиц (X1, $rx1y=0,75$), в том числе образовательные организации, выполнившие НИР, единиц (X6, $rx6y=0,79$), затраты на НИР, млрд рублей (X16, $rx16y=0,92$), внутренние затраты на НИР, млн рублей (X17, $rx17y=0,96$), внутренние текущие расходы на оплату

труда, млн рублей (X18, $rx18y=0,90$), фундаментальные (X20, $rx20y=0,92$), прикладные (X21, $rx21y=0,88$), разработки (X22, $rx22y=0,85$), выпуск продукции, млн рублей (X23, $rx23y=0,92$), выпуск инновационной продукции, млн. рублей (X24, $rx24y=0,77$), промышленные образцы, единиц (X34, $rx34y=0,87$); обратная взаимосвязь между показателями: научно-исследовательские организации (X2, $rx2y=-0,82$), конструкторские (X3, $rx3y=-0,93$), проектные (X4, $rx4y=-0,95$), численность сотрудников, занятых НИР, тыс. человек (X8, $rx8y=-0,95$), исследователи (X9, $rx9y=-0,82$), вспомогательный персонал (X11, $rx11y=-0,87$), численность исследователей, человек (X12, $rx12y=-0,82$), количество заявок на выдачу патентов: на изобретения, единиц (X32, $rx32y=-0,78$), на полезные модели, единиц (X33, $rx33y=-0,94$). Таким образом, по результатам корреляционного анализа определен показатель «внутренние расходы на НИР, млрд рублей», оказывающий наибольшее влияние на зависимую переменную.

Рассмотрим динамику показателей, характеризующих инновационное развитие промышленных предприятий. Согласно данным Росстата, в 1999–2021 гг. наблюдается позитивная тенденция роста использования современных технологий, но с незначительным снижением показателя в 2020 г. (рис. 1). Так, в 2020 г. количество используемых передовых производственных технологий составило 242,9 тыс. единиц, что на 7,5% ниже числа 2019 г. и в 4,5 раза больше числа 1999 г. (58,7 тыс. единиц). Для прогноза показателя на 2021 г. использована степенная линия тренда, ввиду наиболее высокой степени адекватности ($R^2=0,9648$), согласно которой число использованных ППТ составило 246,2 тыс. единиц, что на 4% ниже от фактического значения (по данным Росстата 256,5 тыс. единиц с 2021 г.).



Рис. 1. Степенная линия тренда для прогноза показателя «Используемые ППТ, тыс. единиц (Y)» на 2021 г.

Эффективное развитие промышленности невозможно без серьезных инвестиций в науку. В рассматриваемый период значителен рост внутренних расходов на НИР, и в 2021 г. он составил 1301,5 млрд рублей, что в 45,2 раза выше уровня 1999 г. (рис. 2). Для прогнозирования построим

полиномиальную линию тренда второй степени (достоверность $R^2=0,9929$). В соответствии с выявленной зависимостью объем внутренних расходов на НИР в 2021 г. должен составить 1221,59 млрд рублей, отклонение от фактического значения составило 6,5% (1301,5 млрд рублей).



Рис. 2. Полиномиальная линия тренда для прогноза показателя «Внутренние расходы на НИР, млрд рублей» на 2021 г.

В настоящее время создано множество моделей нейронных систем, имеющих свои особенности, постоянно ведутся разработки новых способов обучения нейронных сетей. При этом надежность нейронных сетей постоянно подвергается проверкам, а ошибки в результате работы нейронных сетей могут возникать при непосредственном их обучении. Рассмотрим возможности применения нейросетевого

моделирования для прогнозирования экономических тенденций.

Для определения тенденций технологического развития промышленных предприятий на основе инструментов нейросетевого моделирования в работе разработан алгоритм отбора показателей и инструментария применения математического аппарата и программных продуктов, используемых в этой области (рис. 3).

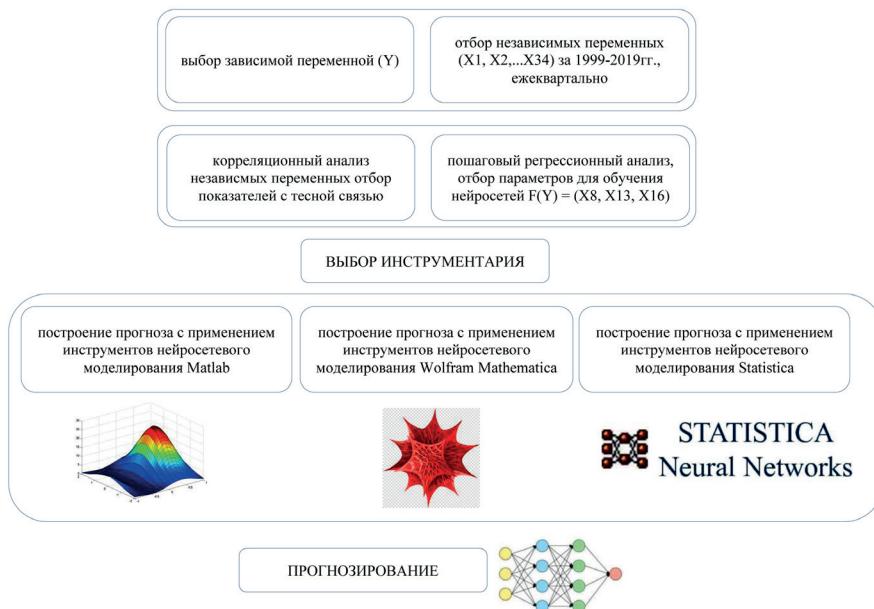


Рис. 3. Алгоритм определения тенденций инновационного развития промышленных предприятий на основе инструментов нейросетевого моделирования*

*Составлено авторами.

Алгоритм отбора показателей и инструментария применения математического аппарата и программных продуктов включает пять этапов:

1) на первом этапе отобран круг показателей для прогнозирования трендов инновационного развития промышленности;

2) на втором этапе применен корреляционный анализ для выявления зависимости между зависимой переменной «Используемые ППТ, тыс. единиц (Y)» и рассматриваемыми показателями, в результате которого определен показатель с

наибольшей теснотой связи – «Внутренние расходы на НИР, млрд рублей»;

3) на третьем этапе приведена динамика выбранных показателей инновационного развития промышленности за 1999–2020 гг.;

4) на четвертом этапе предложен обучающий алгоритм обучения нейронных сетей на базе программного продукта MatLAB.

Рассмотрим пример построения нейронных сетей в пакете прикладных программ для технических решений MatLAB (рис. 4).

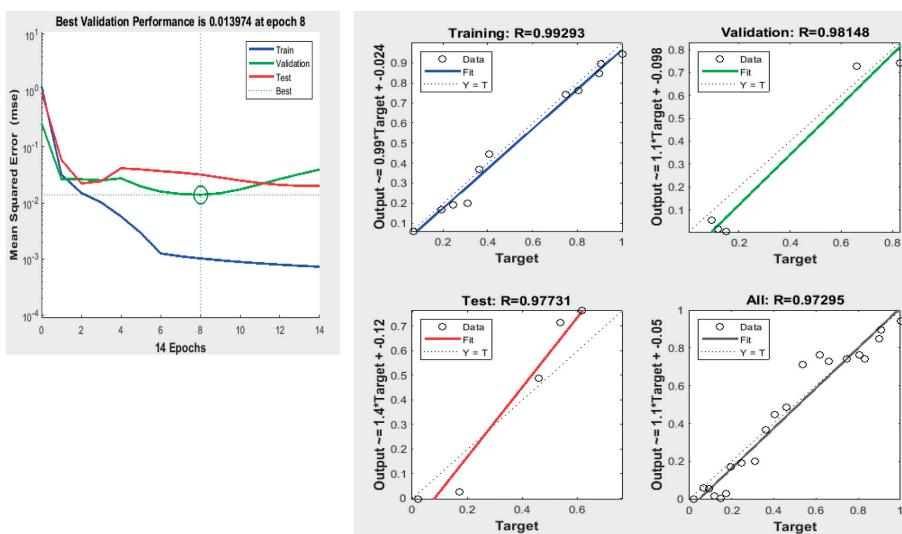


Рис. 4. Обучающий алгоритм для нейронных сетей Levenberg-Marquardt

На той же самой обучающей выборке, меняя метод обучения (Scaled Conjuagate

Gradient), получаем лучшее описание при малых количествах эпох (рис. 5).

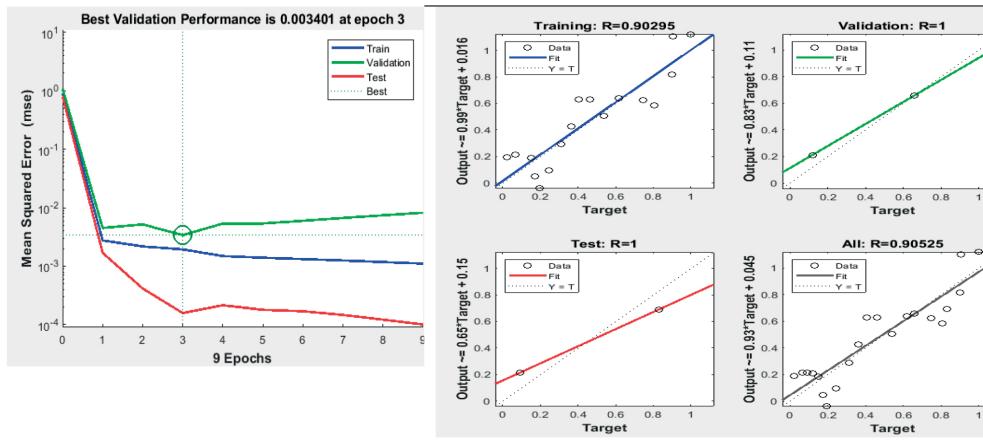


Рис. 5. Обучающий алгоритм для нейронных сетей Scaled Conjuagate Gradient

Исходная сеть имеет два выходных параметра, средняя относительная ошиб-

ка каждого в результате обучения отображена в таблице.

Таблица

Результаты обучения нейронной сети в среде Matlab

Годы	Исходные данные	Полученные данные	Размер ошибки	Исходные данные	Полученные данные	Размер ошибки
	Используемые ППТ, тыс. единиц			Внутренние затраты на научные исследования и разработки, млрд рублей		
1999	58,7	60,91	0,03618	25082,1	26014,40166	0,03717
2000	70,1	73,44	0,04590	76697,1	77569,913	0,01138
2001	80,0	82,16	0,02614	105260,7	108278,5243	0,02867
2002	93,4	95,39	0,02074	135004,5	140090,1195	0,03767
2003	107,0	111,68	0,04177	169862,4	175861,94	0,03532
2004	119,6	123,45	0,03087	196039,9	202764,0686	0,0343
2005	141,0	145,43	0,03058	221119,5	229106,3753	0,03612
2006	168,3	177,96	0,05422	277784,8	286671,0917	0,03199
2007	180,3	186,41	0,03265	352917,7	353690,591	0,00219
2008	184,4	192,32	0,04132	410865	423075,8909	0,02972
2009	201,6	210,36	0,04171	461006,2	475961,2579	0,03244
2010	203,3	211,43	0,03831	523377,2	523602,2862	0,00043
2011	191,7	197,62	0,03021	610426,7	632267,7472	0,03578
2012	191,4	198,14	0,03416	699869,8	725827,9709	0,03709
2013	193,8	200,76	0,03452	749797,6	778297,4462	0,03801
2014	204,5	212,50	0,03743	847527,0	879309,2625	0,0375
2015	218,0	225,39	0,03271	914669,1	949444,8192	0,03802
2016	232,4	237,18	0,02020	943815,2	959397,589	0,01651
2017	240,1	251,85	0,04684	1019152,4	1049217,396	0,0295
2018	254,9	269,01	0,05235	1028247,6	1063208,018	0,034
2019	262,6	263,43	0,00298	1134786,7	1156608,648	0,01923
2020	242,9	265,1	0,08374	1174534,3	1174208,72	0,02772
2021	256,5	266,3	0,03680	1301490,9	1301124,44	0,02816

Согласно полученным данным из таблицы, среднеквадратичная ошибка полученной модели составила 0,0362, что ниже ошибки прогноза, полученного при помощи построения степенной (0,401) и полиномиальной (0,651) линий тренда. Таким образом, результаты обучения нейронной сети в среде Matlab показывают, что сеть способна показать высокие результаты адекватности.

Выводы и заключение. В последние годы искусственные нейронные сети находят все более широкое применение в различных сферах деятельности. В статье обучена искусственная нейронная сеть на примере метода алгоритма обратного распространения в Matlab. На основании проведенных экспериментов обоснованы возможности прогнозирования инновационного развития промышленности с использованием функционала нейросетевого моделирования.

Таким образом, полагаем, что результаты, представленные в статье, могут быть использованы при изучении специфики и трендов инновационного развития промышленности в условиях Индустрии 4.0 и при совершенствовании государственной политики в области повышения конкурентоспособности отечественной промышленности на международном уровне.

Список литературы

1. Pfohl, H.C., Yahsi, B., Kurnaz T. (2015) The impact of Industry 4.0 on the

supply chain. In: Innovations and strategies for logistics and supply chains: technologies, business models and risk management. Proceedings of the Hamburg international conference of logistics (HICL), 20, 31–58.

2. Almada-Lobo, F. (2016) The Industry 4 revolution and the Future of Manufacturing Execution Systems. Journal of Innovation Management. 3 (4), 17.

3. Pereira, A.C., Romero, F.A. (2017) Review of the meanings and the implications of the Industry 4.0 concept. Procedia Manuf, 13, 1206–1214.

4. Dogo, E.M. et al. (2018) A Comparative Analysis of Gradient Descent-Based Optimization Algorithms on Convolutional Neural Networks. International Conference on Computational Techniques, Electronics and Mechanical Systems (CTEMS'2018), 92–99.

5. Dyakonov, V.P., Kruglov, V.V. (2006) MatLab 6.5 SP1/7/7 SP1/7 SP2 + Simulink 5/6. Artificial Intelligence and Bioinformatics Tools. Moscow, Solon-Press, 456.

6. Галимулина, Ф. Ф. Предпосылки возникновения институциональных ловушек в рамках инновационного процесса в России / Ф. Ф. Галимулина, Ч. А. Мисбахова, А. А. Лубнина. – Текст : непосредственный // Экономический вестник Республики Татарстан. – 2015. – № 3. – С. 11–16.

7. Росстат. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>. – Текст : электронный.

Lubnina A.A.

Kazan National Research Technological University, Candidate in Economics, Associate Professor, Chair of Logistics and Management

Ivanova R.P.

GSC Lenta, Director General, Candidate in Economics

Zaraichenko I.A.

Kazan National Research Technological University, Candidate in Economics, Associate Professor, Chair of Logistics and Management

FORECASTING INNOVATIVE INDUSTRY DEVELOPMENT USING THE POTENTIAL OF NEURAL NETWORK MODELING

The paper is prepared within the framework of the state assignment of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation for the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences for 2021–2023.

Abstract. Today, the innovative path of industrial development implies a transition to the sixth technological structure, which is associated with revolutionary changes in the field of industrial technologies. The priority areas in this direction are the development and implementation of cyber-physical systems, artificial intelligence, industrial Internet, information technology, robotization, etc. The purpose of the article is to predict the innovative development of industry using the capabilities of neural network modeling based on the MatLAB software product. The subject of the study is neural network modeling of innovative industrial development. The acceleration of scientific and technological progress is characterized by large volumes of data, which is an essential element of intellectual activity. Large databases of information make it possible to provide high-accuracy forecasts based on modern mathematical tools, including neural network modeling, which is currently the most promising tool for solving many problems of any kind. To achieve this goal, the article solved the following problems: power and polynomial trend lines were constructed to predict indicators; a correlation analysis was carried out to determine the closeness of the relationship between the indicators; neural networks were trained using the MatLAB software product; The obtained forecast results were compared with the actual values of the indicators. The object of study is the industrial complex of the Russian Federation. The results obtained can be useful for improving methods and tools for forecasting trends in the innovative development of the country's industry.

Keywords: forecasting, innovative development, correlation analysis, neural network modeling, industry, research costs, MatLAB.

References

1. Pfohl, H.C., Yahsi, B., Kurnaz. T. (2015). The impact of Industry 4.0 on the supply chain. In: Innovations and strategies for logistics and supply chains: technologies, business models and risk management. Proceedings of the Hamburg international conference of logistics (HICL). 20, 31–58.

2. Almada-Lobo, F. (2016). The Industry 4 revolution and the Future of

Manufacturing Execution Systems. Journal of Innovation Management. 3 (4), 17.

3. Pereira, A.C., Romero, F.A. (2017). Review of the meanings and the implications of the Industry 4.0 concept. Procedia Manuf. 13, 1206–1214.

4. Dogo, E.M. et al. (2018) A Comparative Analysis of Gradient Descent-Based Optimization Algorithms on Convolutional Neural Networks. International Conference on Computational Techniques,

Electronics and Mechanical Systems (CTEMS'2018), 92–99.

5. Dyakonov, V.P., Kruglov, V.V. (2006). MatLab 6.5 SP1/7/7 SP1/7 SP2 + Simulink 5/6. Artificial Intelligence and Bioinformatics Tools. Moscow, Solon-Press, 456.

6. Galimulina, F.F., Misbakhova, Ch.A., Lubnina, A.A. (2015). Predposylki

vozniknoveniya institutsional'nykh lovushek v ramkakh innovatsionnogo protsessa v Rossii [Prerequisites for the emergence of institutional traps within the innovation process in Russia]. Ekonomicheskiy vestnik Respubliki Tatarstan [Economic Bulletin of the Republic of Tatarstan]. 3, 11-16.

7. Rosstat. Retrieved from: <http://www.gks.ru>.

e-mail: alsu1982@yandex.ru

Бирюков Е.В.

Институт нефтегазового бизнеса Уфимского государственного нефтяного технического университета ИНБ УГНТУ, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятиях нефтяной и газовой промышленности

БИЗНЕС-МОДЕЛИ КОМПАНИЙ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗРАБОТКИ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ОСНОВ

Аннотация. Происходящие сегодня парадигмальные изменения в деловой среде организаций порождают настоятельную потребность поиска более эффективных способов ведения бизнеса на основе концептуального переосмысливания сложившихся подходов к формированию бизнес-моделей. Данный поиск основывается на использовании тех или иных версий институционального подхода, поскольку направлен на построение относительно устойчивых связей, регулирующих различные виды бизнес-деятельности организаций с помощью неформальных норм и формальных правил. Однако несмотря на большое количество исследований бизнес-моделей институциональный аспект их создания является малоисследованным; вне должного внимания остается рассмотрение парадигмальных особенностей используемых версий институционального подхода, порождающих фрагментированные теоретические описания бизнес-моделей компаний. Целью статьи является разработка концептуального подхода к построению бизнес-модели предприятий на основе переосмысливания сложившейся исследовательской парадигмы. Предложенный концептуальный подход, основанный на конструктивистской логике, позволяет отказаться от использования распространенных экзогенных по своему статусу аналитических интерпретаций бизнес-моделей. Он способствует формированию целостного видения процессов конструирования структурных элементов бизнес-моделей предприятий и разработке теоретико-методического инструментария, ориентированного на создание на основе достижения баланса частных и общественных интересов стратегических преимуществ в соответствии с современными трендами изменения деловой среды.

Ключевые слова: институциональный подход, бизнес-модель, корпоративная стратегия, конкурентоспособность, экономические ценности, инновации.

Введение. Решение возникающих у российских предприятий в настоящее время все более сложных проблем предполагает парадигмальное переосмысливание методов управления бизнес-деятельностью, с помощью которых осуществляются ее изменения с учетом формирования новых драйверов перемен в деловой среде. В современных направлениях поиска более эффективных способов достижения устойчивых конкурентных преимуществ бизнеса все большее внимание уделяется такому управлению инструменту, как бизнес-модель.

Проблематика бизнес-моделей рассматривается не только во многих статьях, но в специальных выпусках научных журналов и периодических изданиях. Разработка проблематики бизнес-моделей относительно недавно перешла от эмпирического этапа, основанного на описании частных бизнес-практик (case-study) отдельных компаний, к этапу концептуального осмысливания и построения теоретических схем. При этом отмечается, что в отличие от традиционных подходов к анализу менеджмента организаций рассмотрение бизнес-модели компании предполагает

использование новой единицы системного анализа; вместе с тем актуальной становится разработка соответствующих усложняющейся реальности концептуальных основ конструирования бизнес-модели [1, 2].

Важно учитывать, что поиск адекватных реалиям исследовательских подходов к анализу бизнес-модели организаций ориентирован на построение теоретических описаний, которые характеризуют формирование относительно устойчивых связей, складывающихся в деловой среде и регулирующих различные виды бизнес-деятельности с помощью неформальных норм и формальных правил. Фактически разрабатываемые различные теоретические интерпретации бизнес-моделей компаний являются разными версиями использования институционального подхода. Однако несмотря на большое количество исследований бизнес-моделей организаций на периферии внимания остается рассмотрение парадигмальных особенностей используемых версий институционального подхода, порождающих фрагментированные концептуальные описания бизнес-моделей. В связи с этим целью статьи является разработка концептуального подхода к построению бизнес-моделей организаций на основе переосмысливания сложившейся исследовательской парадигмы.

Методы исследования. В процессе работы в качестве теоретико-методологической основы исследования использовались общеначальные и специальные методы исследования, в частности диалектический и системный методы анализа, конструктивистский и институциональный методы междисциплинарного подхода, методы сравнительного и структурно-логического анализа, функционально-системный метод и иные методы познания.

Результаты исследования. В настоящее время, как отмечает Д. Тис, понятий бизнес-модели существует почти столько же, сколько и самих бизнес-моделей компаний [3, с. 41] Так, при определении данно-

го понятия используются такие характеристики бизнес-деятельности компании, как «архитектура», «система», «организация», «логика», «инструмент» «метод управления» и др. [4, 5]. Сложившееся разнообразие определений бизнес-модели демонстрирует широкий спектр подходов к анализу данного феномена, поскольку авторы используют подход, который согласуются с целью исследования. Неудовлетворенность существующими трактовками изучаемого феномена в связи с его сложностью и многогранностью приводит к тому, что часто в свои трактовки авторы включают перечень составных элементов бизнес-моделей, которые характеризуют осуществляемые при их реализации виды бизнес-деятельности.

В основе применяемых трактовок бизнес-моделей выступает обычно осмысление сложившихся практик бизнес-деятельности организаций и стремление выработать рекомендации по их совершенствованию с учетом происходящих перемен в современной деловой среде. В связи с этим возникает некоторая аналитическая схема рассмотрения базовых элементов бизнес-моделей, позволяющая осуществлять оценку их состояния и соответствия экономической реальности. В результате бизнес-модель организации выступает как инструмент изучения устойчивых связей субъектов экономики, сложных структур, которые участвуют в цепочке создания и предложения ценности. Базовые элементы бизнес-модели становятся исследовательской основой анализа бизнес-деятельности предприятия.

В наиболее общем виде можно выделить три элемента базовой конструкции бизнес-модели, которые используются при изучении логики построения относительно устойчивых связей бизнес-деятельности организаций, определяющих ее конкурентоспособность: 1) предложения ценности; 2) создание ценности (ресурсов компании и структуры трансакций); 3) использование ценности: структура издержек и распределение доходов. Фактически на основе базо-

вой конструкции бизнес-модели компании создаются различные ее модификации [6, 7].

Интерес к проблематике бизнес-моделей на начальном периоде был связан с использованием статической версии институционального подхода при изучении относительно устойчивых связей внутренней и внешней среды фирмы, характеризующих структуру, составные элементы и предназначение бизнес-модели. При этом описание процесса выбора бизнес-модели часто основывалось на привлечении идей ресурсной и других статических концепций (TQM, BPM и др.), которые объясняли формирование стратегических преимуществ наличием уникальных активов. Ключевым изъяном статических версий описания бизнес-моделей является то обстоятельство, что они не позволяют получить ответ на вопрос о том, каким образом предприятия могут обеспечивать конкурентоспособность на различных этапах жизненного цикла применяемых бизнес-процессов.

Явная ограниченность концептуальных рамок статистической версии институционального подхода обусловила активное использование в последнее десятилетие институционально-эволюционного подхода и построение разных версий динамических интерпретаций бизнес-моделей, описывающих процессы осуществления инновационных изменений в бизнес-практиках. В связи с этим в настоящее время при изучении бизнес-моделей активно привлекаются идеи концепций динамических способностей и динамических возможностей, в которых фокусируется внимание на важность создания уникальных организационных способностей, позволяющих успешно проводить структурно-инновационные изменения [3]. В последние годы важным направлением исследования процессов трансформации бизнес-моделей является рассмотрение вопросов цифровизации бизнес-деятельности компаний.

Разработка исследовательского инструментария, который позволяет ре-

алистично интерпретировать механизмы формирования и развития устойчивых конкурентных преимуществ бизнес-модели предприятия, связана с поиском концептуального подхода, ориентированного на изучение эндогенных процессов построения институциональных норм и правил, обеспечивающих координацию экономических взаимодействий и изменение экономического формата коллективной деятельность людей в соответствии с драйверами технико-экономических перемен. Однако создаваемые в рамках доминирующей парадигмы современные концепции бизнес-модели предполагают рассмотрение коллективных феноменов (культурных ценностей, институтов и др.) лишь как экзогенных (внешних) факторов, влияющих на экономическую деятельность людей [8]. В результате возникают фрагментированные и эклектичные теоретические интерпретации бизнес-деятельности компаний.

Для формирования нового видения сложных механизмов построения бизнес-модели, адекватной меняющейся деловой среде, необходим парадигмальный пересмотр сложившихся исследовательских подходов к анализу бизнес-деятельности предприятий на основе использования идей конструктивистской логики. В связи с этим следует отказаться от утилитаристской трактовки экономических мотивов поведения субъектов и признать, что в силу интерсубъективной природы экономической деятельности людей субъекты экономики являются носителями экономической культуры и экономических ценностей, с помощью которых происходит осмысление деловой среды и выработка экономических и управленческих решений.

Важно учитывать, что субъекты экономики как носители экономических ценностей, выступающих ядром экономической культуры общества, являются участниками процессов формирования и изменения системы экономических связей. Это обстоятельство объясняется тем,

что их экономико-ценностные ориентации включают в себя индивидуальные и коллективные элементы. В силу дуального характера экономических мотивов и ценностей субъекты обладают способностями на основе достижения ценностного согласия конструировать соответствующие им общим экономическим интересам относительно устойчивые экономические отношения и связи, которые становятся эндогенными регуляторами экономических процессов [9]. Использование данной конструктивистской логики позволяет анализировать эндогенные механизмы построения внутренних и внешних форм экономических связей организации как результата достижения ценностного компромисса субъектов о том, что применяемые формы экономических взаимодействий желательны и оправданы в сложившихся условиях бизнес-деятельности. В связи с этим бизнес-модель компании важно рассматривать как результат сложного процесса эволюционирующейся во времени системы экономико-культурных ценностей взаимодействующих субъектов и создаваемых ими институциональных связей, определяющей производительность и конкурентоспособность бизнес-деятельности компании.

Для прояснения содержательного смысла понятия «бизнес-модель» важно

учитывать, что данное понятие тесно связано с понятием «стратегия», занимает особое место и выполняет специфическую роль в построении системно-целостной картины механизмов формирования и реализации стратегического управления бизнес-деятельностью компанией в соответствии с вызовами деловой среды [10].

Предлагаемый концептуальный подход к анализу бизнес-деятельности организации, обеспечивающей ее успешное конкурентоспособное развитие, предполагает рассмотрение бизнес-модели как особого класса сложной системы, которая нелинейно эволюционирует во времени и пространстве и содержит стратегическую составляющую, ориентирующую на формирование и поддержание стратегических конкурентных преимуществ. В свою очередь, корпоративной стратегии свойственны некоторые общие черты, которые присущи архитектуре бизнес-модели на всех этапах ее жизненного цикла и характеризуют ключевые особенности формирования ценностно-нормативных представлений и приоритетов бизнес-деятельности; а также базовый комплекс видов бизнес-деятельности по привлечению успешных технологий, продуктов, ресурсов и партнеров с учетом условий деловой среды. В общем виде связь корпоративной стратегии и бизнес-модели показана на рисунке 1.

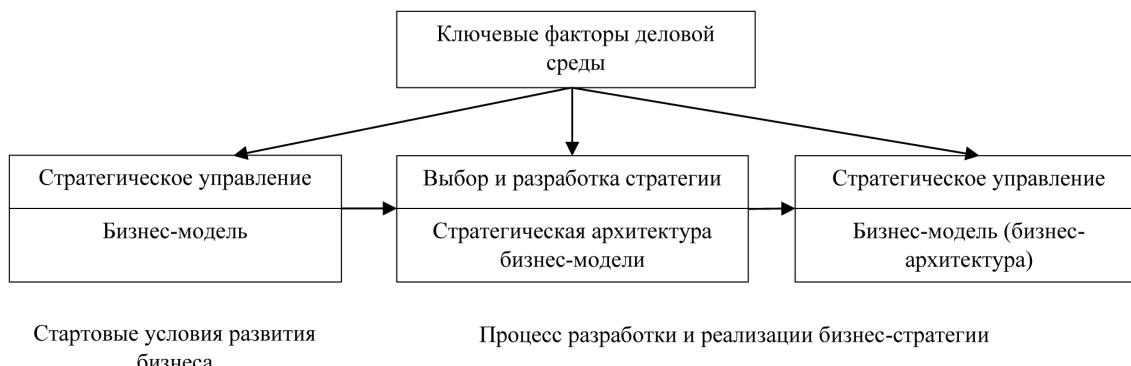


Рис. 1. Стратегия и бизнес-модель организации

Сегодня предпринимаются различные попытки обобщения теоретических описаний бизнес-моделей компаний, однако они обычно основываются на использовании экзогенных версий институционального подхода, поэтому являются электическими и неудовлетворительными. Предлагаемый подход создает теоретический фундамент, который позволяет изучать эндогенные механизмы построения бизнес-модели, в качестве основополагающих ее составляющих выступают следующие структурные блоки (рис. 2):

1) ценностно-нормативное основание трансформации бизнес-деятельности;

2) институционально-регулирующий механизм трансформации бизнес-деятельности:

– маркетинговый механизм построения каналов связи с потребностями

продуктов, который включает в себя ценностную ориентацию бизнес-деятельности компании, связанную с обеспечением ее конкурентных преимуществ;

– производственно-экономический механизм, ориентирующий на эффективное использование ключевых ресурсов и способностей компании при построении цепочки создания ценности;

– финансово-экономический механизм, связанный с формированием источников доходов, издержек и получением прибыли;

– механизм построения внешних каналов взаимодействия с поставщиками, клиентами и партнерами;

3) мониторинговый механизм трансформации бизнес-деятельности.



Рис. 2. Ценностно-институциональная система бизнес-модели организации

Предложенная исследовательская перспектива фокусирует внимание на том, что для успешного решения задач формирования траектории устойчивого развития конкурентных преимуществ организаций важным является формирование ценностно-институциональной модели бизнес-деятельности в соответствии с трендами деловой среды. В связи с этим возникает объединительная площадка для проведения исследований различных аспектов бизнес-деятельности компаний.

Сегодня парадигмальный пересмотр подходов к созданию бизнес-моде-

лей во многом определяется происходящим под влиянием четвертой промышленной революции (Индустря 4.0) обесценением ранее вложенного капитала и компетенций работников, выступавших в прежние времена ключевыми факторами роста производительности и формирования стратегических преимуществ.

Для российского бизнеса, который столкнулся со значительным усложнением деловой среды, важными становятся поиск прорывных бизнес-идей и создание прорывных бизнес-моделей на основе эффективного обновления материальных и

нематериальных ресурсов, позволяющие существенно наращивать производство добавленной стоимости. Изменения в бизнес-модели могут быть реализованы с помощью использования различных типов инноваций – копирования, креативных имитаций и радикальных инноваций. При этом выбор степени радикальности проведения инновационных изменений требуется осуществлять с учетом величины издержек и ожидаемого экономического эффекта, сроков внедрения и получения результатов и т.д.

Выводы и заключение. Сложившаяся современная волна интереса к использованию конструкта бизнес-модели вызвана потребностями разработки теоретических описаний механизмов формирования устойчивых конкурентных преимуществ организаций, адекватных усложняющейся реальности. Вместе с тем распространенные версии статического и динамического подходов к анализу бизнес-моделей остаются неудовлетворительными.

Предложенный концептуальный подход, основный на конструктивистской логике, позволяет отказаться от использования распространенных экзогенных по своему статусу аналитических интерпретаций. Он способствует формированию реалистичного видения процессов построения бизнес-моделей компаний и создает парадигмальные рамки для разработки исследовательского инструментария, ориентированного на конструирование стратегических преимуществ в соответствии с современными трендами изменения деловой среды.

Список литературы

1. Климанов, Д. Е. Бизнес-модели: основные направления исследований и поиски содержательного фундамента концепции / Д. Е. Климанов, О. А. Третьяк. – Текст : непосредственный // Российский

журнал менеджмента. – 2014. – Т.12. – № 3. – С. 107–130.

2. Исаева, А. Э. Концептуальные основания формирования конкурентных преимуществ компаний в рамках рыночного и ресурсного подходов / А. Е. Исаева, С. В. Богданов, Ю. Ю. Петрунин [и др.]. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Сер. 21. Управление (государство и общество). – 2021. – № 4. – С. 49–68.

3. Teece, D. J. Business models and dynamic capabilities / D. J. Teece // Long Range Planning. – 2018. – Vol. 51. – No. 1. – P. 40–49.

4. Стрекалова, Н. Д. Концепция бизнес-модели: методология системного анализа / Н. Д. Стрекалова. – Текст : непосредственный // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2009. – № 92. – С. 95–105.

5. Денисов, И. В. Взгляд на эволюцию понятия «бизнес-модель» с позиций зарубежных и отечественных исследователей / И. В. Денисов, К. А. Витер. – Текст : непосредственный // Лидерство и менеджмент. – 2020. – № 1. – С. 9–20.

6. Третьяк, О. А. Новый подход к анализу бизнес-моделей / О. А. Третьяк, Д. Е. Климанов. – Текст : непосредственный // Российский журнал менеджмента. – 2016. – Т. 14. – № 1. – С. 115–130.

7. Исаева, А. Э. Критическое осмысление концептуальных подходов к анализу бизнес-моделей / А. Е. Исаева, Ю. Ю. Петрунин, В. М. Пурлик. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Сер. 21. Управление (государство и общество). – 2020. – № 1. – С. 3–21.

8. Oliver, C. Sustainable competitive advantage: combining institutional and resourcebased views / C. Oliver // Strategic

Management Journal. – 1997. – Vol. 18. – No. 9. – P. 697–713 .

9. Бирюков, Е. В. Теории современного предприятия: новые направления развития / Е. В. Бирюков. – Текст : непосредственный // Экономическое возрождение России. – 2022. – № 4(74). – С. 121–131.

10. Орехова, С. В. Стратегия vs. бизнес-модель: эволюция и дифференциация / С. В. Орехова, А. В. Мисюра, Ю. С. Баусова. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2020. – № 3. – С. 160–181.

BUSINESS MODELS OF COMPANIES: FEATURES AND PROSPECTS FOR CONCEPTUAL FRAMEWORKS DEVELOPMENT

Abstract. Paradigmatic changes taking place today in the business environment of organizations give rise to an urgent need to find more effective ways of doing business based on a conceptual rethinking of existing approaches to the formation of business models. This search is based on the use of certain versions of the institutional approach, since it is aimed at building relatively stable connections that regulate various types of business activities of organizations with the help of informal norms and formal rules. However, despite the large number of studies on business models, the institutional aspect of their creation is little studied; What remains beyond due attention is the consideration of the paradigmatic features of the versions of the institutional approach used, which generate fragmented theoretical descriptions of companies' business models. The purpose of the article is to develop a conceptual approach to building a business model of enterprises based on rethinking the existing research paradigm. The proposed conceptual approach, based on constructivist logic, makes it possible to abandon the use of common analytical interpretations of business models that are exogenous in their status. It contributes to the formation of a holistic vision of the processes of constructing the structural elements of business models of enterprises and the development of theoretical and methodological tools focused on creating, based on achieving a balance of private and public interests, strategic advantages in accordance with modern trends in changing the business environment.

Keywords: institutional approach, business model, corporate strategy, competitiveness, economic values, innovation.

References

1. Klimanov, D.E., Tretyak, O.A. (2014). Biznes-modeli: osnovnyye napravleniya issledovaniy i poiski soderzhatel'nogo fundamenta kontseptsii [Business models: main directions of research and searches for the substantive foundation of the concept]. Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta [Russian Journal of Management]. 12 (3), 107-130.
2. Isaeva, A.E. et al. (2021). Kontseptual'nyye osnovaniya formirovaniya konkurentnykh preimushchestv kompaniy v ramkakh rynochnogo i resursnogo podkhodov [Conceptual foundations for the formation of competitive advantages of companies within the framework of market and resource approaches]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 21. Upravleniye (gosudarstvo i obshchestvo) [Bulletin of Moscow University. Ser. 21. Management (state and society)]. 4, 49-68.
3. Teece, D.J. Business models and dynamic capabilities. Long Range Planning. 2018. 51 (1), 40-49.
4. Strekalova, N.D. (2009). Kontseptsiya biznes-modeli: metodologiya sistemnogo analiza [Business model concept: systems analysis methodology]. Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena [A.I. Herzen News of the Russian State Pedagogical University]. 92, 95-105.
5. Denisov, I.V., Viter, K.A. (2020). Vzglyad na evolyutsiyu ponyatiya «biznes-model'» s pozitsiy zarubezhnykh i otechestvennykh issledovatelyey [A look at the evolution of the concept of “business model”

from the perspective of foreign and domestic researchers]. Liderstvo i menedzhment [Leadership and Management]. 1, 9–20.

6. Tretyak, O.A., Klimanov, D.E. (2016). Novyy podkhod k analizu biznes-modeley [A new approach to business model analysis]. Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta [Russian Journal of Management]. 14 (1), 115–130.

7. Isaeva, A.E., Petrunin, Yu.Yu., Purlik, V.M. (2020). Kriticheskoye osmysleniye kontseptual'nykh podkhodov k analizu biznes-modeley [Critically reflecting on conceptual approaches to business model analysis]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 21. Upravleniye (gosudarstvo i obshchestvo) [Bulletin of Moscow University. Ser. 21. Management (state and society)]. 1, 3-21.

8. Oliver, C. Sustainable competitive advantage: combining institutional and resource based views. *Strategic Management Journal*. 1997. 18 (9), 697-713 .

9. Biryukov, E.V. (2022). Teorii sovremenennogo predpriyatiya: novyye napravleniya razvitiya [Theories of modern enterprise: new directions of development]. *Ekonomicheskoye vozrozhdeniye Rossii* [Economic Revival of Russia]. 4 (74), 121-131.

10. Orekhova, S.V. Misyura, A.V., Bausova, Yu.S. (2020). Strategiya vs. biznes-model': evolyutsiya i differentsiatsiya [Strategy vs. business model: evolution and differentiation]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6. Ekonomika* [Bulletin of Moscow University. Series 6. Economics]. 3, 160-181.

e-mail: ebiruykov@yandex.ru

Рыжкова С.М.

ФГБНУ «Федеральный научный центр аграрной экономики и социального развития сельских территорий – Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства» (г. Москва), канд. экон. наук, ведущий научный сотрудник отдела маркетинга и развития продуктовых рынков

ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТЕХНИКОЙ В РОССИИ

Аннотация. Россия – часть глобального рынка сельскохозяйственной техники, оборудования и комплектующих. Если в СССР до 90% рынка обеспечивалось отечественной техникой, то в послеперестроечный период страна стала зависимой от импортных поставок и является крупным импортером сельхозтехники. В то же время отечественные производители экспортят технику во многие страны мира. Однако объемы импорта и экспорта несоизмеримы. Так, в 2021 г. объем импорта составил 2,8 млрд евро, а объем экспорта – 21 млрд рублей. В последние годы процессы на рынке сельскохозяйственной техники носят неустойчивый и быстроменяющийся характер и обусловлены воздействием внешних факторов. Цель исследования – проследить особенности внешней торговли сельскохозяйственной техникой в России. Применялись абстрактно-логический, монографический, графический, аналитический и другие методы общенаучного исследования. Анализировались данные портала StatImEx.Ru, статистической службы Европейского Союза (Евростат), профильных российских и зарубежных союзов. В 2021–2023 гг. произошел разрыв логистических цепочек. В этих условиях дилеры заместили часть поставщиков из США, ЕС, Японии и Канады поставщиками из Китая, Турции, Аргентины, Индии, Ирана. Для снижения отрицательных последствий санкций Правительство России разрешило параллельный импорт отдельных марок сельхозтехники и ограничило экспорт критически важных групп сельскохозяйственных машин. На защиту отечественных производителей сельхозтехники и интересов сельскохозяйственных товаропроизводителей, поддержания баланса между спросом и предложением направлены меры тарифного и нетарифного регулирования.

Ключевые слова: импорт и экспорт сельскохозяйственной техники и оборудования, государственное регулирование внешней торговли техникой и оборудованием для сельского хозяйства, рынок сельскохозяйственной техники.

Введение. По мере роста населения растет и потребность в большом количестве сельскохозяйственной продукции. Чтобы преодолеть разрыв между спросом и предложением на рынке продовольствия, используется сельскохозяйственная техника, без которой сегодня промышленное сельскохозяйственное производство невозможно [3, с. 65; 6, с. 218]. Такие факторы, как нехватка квалифицированной рабочей силы в сельской местности, необходимость увеличения заработной платы, поддержи-

ваемые правительствами программы, стимулируют рынок сельскохозяйственной техники [11, с. 328]. Постоянные инвестиции в разработки привели к значительным усовершенствованиям в ассортименте оборудования, услуг и технологий. Цифровизация сельскохозяйственных процессов позволяет упростить операции и сделать их более эффективными, безопасными, прибыльными и экологически чистыми. Это также дает возможность производить продукцию с меньшими затратами и делает

устойчивыми агропродовольственные системы [12, с. 199]. В результате цифровой трансформации происходит комплексная замена традиционных технологий инновационными, разработанными на базе цифровых решений, а также использование системы искусственного интеллекта в решении различных задач [2, с. 12]. Сельское хозяйство, оставаясь одной из старейших отраслей, претерпевает регулярные изменения, чтобы соответствовать рыночным тенденциям. С ростом автоматизации и растущими затратами сельскохозяйственные организации переходят к более надежным версиям технологий и новой технике, предлагаемой сельскохозяйственным машиностроением [4, с. 287; 10, с. 125]. Но отечественные машиностроители не могут в полном объеме обеспечить потребности всех участников рынка, поэтому важно посмотреть на тенденции, которые происходят во внешней торговле сельхозтехникой в России. Таким образом, целью исследования является изучение особенностей внешнеторгового сегмента российского рынка техники для сельского хозяйства.

Методы исследования. Работа выполнена на основе абстрактно-логического, монографического, графического, аналитического и других методов общенаучного исследования. В работе использованы данные портала StatImEx.Ru, сайтов Евростат, профильных российских и зарубежных союзов. В связи с началом

СВО данные о внешнеторговых операциях России не публикуются с февраля 2022 г., в т.ч. и об экспорте, и импорте сельскохозяйственной техники и оборудования. Для анализа отечественной внешней торговли данной продукцией используются данные по 2021 г., некоторые данные за 2022 г. получены из иностранных источников.

Результаты исследования. В настоящее время объем мирового рынка сельскохозяйственной техники и оборудования составляет около 145 млрд евро. Среди основных районов производства выделяются Северная Америка (29%), Западная и Восточная Европа (18%) и Азиатско-Тихоокеанский регион (34%). В структуре производства сельскохозяйственной техники лидирует производство тракторов (35% от общего объема производства). Далее следуют выпуск деталей машин и запасных частей (19%), а также производство почвообрабатывающей/посевной/уборочной техники, техники для внесения удобрений, садовой техники, оборудования для скотоводства и птицеводства.

Эксперты отмечают, что отрасль сельскохозяйственного машиностроения характеризуется высоким уровнем интернационализации: мировые экспорт и импорт постоянно растут. Так, в 2022 г. объем экспорта вырос на 20,7%, а импорта – на 21,0% по сравнению с 2021 г., а за период с 2017 по 2022 г. оба показателя увеличились в 1,6 раза (рис. 1).

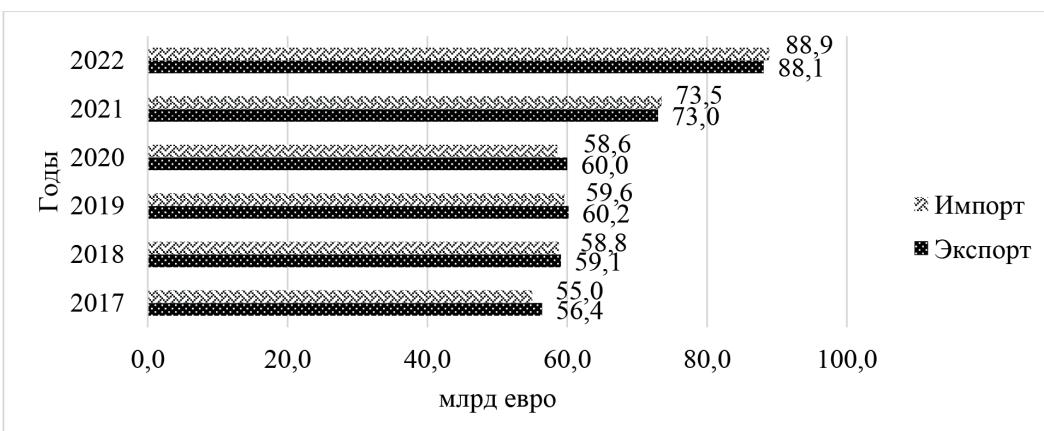


Рис. 1. Тенденции импорта и экспорта сельскохозяйственной техники в мире*

*Составлено по данным сайта Eurostat.

Среди экспортёров лидируют Германия (15,4 млрд евро), США (11,3), Китай (9,9), Италия (5,7), Франция (4,6), Нидерланды (4,2), Бельгия (3,2), Канада (2,9), Великобритания (2,6), Япония (2,6), Австрия (2,5), Польша (2,1 млрд евро). Такие страны, как Бразилия, Индия, Финляндия, Швеция, Турция, Чехия, Южная Корея и Дания, поставили на мировой рынок сельхозтехники в 2022 г. на сумму более 1 млрд евро каждая.

В ряду импортёров ведущее положение занимают США (16,8 млрд евро), Франция (6,8), Германия (6,0), Канада (5,8), Австралия (3,2), Великобритания (3,0), Бельгия (2,7), Польша (2,6), Нидерланды (2,6), Италия (2,3 млрд евро). Более 1 млрд евро составляет импорт Испании, Австрии, Чехии, Венгрии, Дании, Бразилии, Швеции и Румынии. В 2022 г. на 10 ведущих мировых импортёров приходилось 58% мирового импорта по сравнению с 54% в 2021 году.

Россия является активным участником мирового рынка техники для сельского хозяйства. Если в СССР до 90% рынка обеспечивалось отечественной техникой, то в послепрестроочный период страна стала зависимой от импортных поставок. Как отмечается в Стратегии развития сельскохозяйственного машиностроения на период до 2030 г., российский рынок сельскохозяйственных машин характеризуется высоким уровнем конкуренции, что обусловлено его открытостью как для мировых производителей, так и для предприятий государственных членов ЕАЭС. В последние годы доля импортной сельхозтехники на отечественном рынке варьирует от 40 до 50%, например, в 2017 г. – 44%, в 2018 – 51%, в 2019 – 46%, в 2020 – 42%, в 2021 – 48%, а за 2022 г. доля снизилась до 39,6%. Некоторые группы товаров являются ощутимо зависимыми от ввоза из-за рубежа, в частности, на: 100% – овощеуборочные комбайны (морковь, помидоры, лук, капуста), свеклоуборочные и селекционные зерноуборочные

комбайны; 95% – кормоуборочные комбайны мощностью более 400 л.с.; 90% – оборудование для молочного скотоводства, свиноводства и птицеводства; 80% – оборудование для картофеле- и овощехранилищ; 65% – колесные тракторы мощностью 150–300 л.с.; 55% – посевная техника [7, с. 41; 8, с. 82].

Сейчас Россия – нетто-импортёр сельскохозяйственной техники: в страну ежегодно ввозится ее на сумму более 2 млрд евро из разных стран мира. В 2021 г. объем импорта достиг 2,8 млрд евро, что больше на 37,6%, чем в предыдущем году. Значительную часть импорта составляли поставки из стран Европы, на долю которых приходилось 59,7% импорта сельхозтехники в Россию. К числу основных европейских поставщиков относились Германия (доля 20,6%), Нидерланды (4,4%), Италия (4,3%), Финляндия (4,2%), Франция (3,2%). Значительные поступления техники также происходили из Белоруссии (15,6%), Китая (14,1%), США (7,8%) и Бразилии (2,7%) (табл. 1).

В последние годы процессы на рынке сельскохозяйственной техники носят неустойчивый и быстроменяющийся характер и обусловлены воздействием внешних факторов. Например, негативное влияние на товарные потоки сельскохозяйственной техники, оборудования, комплектующих и запчастей оказало закрытие странами своих границ в период преодоления последствий пандемии COVID-19. Отрицательное воздействие и на отрасль машиностроения, и на сельское хозяйство имело начало СВО в 2022 г. [5, с. 133]. Объемы импорта из США, ЕС, Канады и Японии в 2022 г. снизились по сравнению с 2021 г. К примеру, импорт из Франции упал в 2022 г. до 42,1 млн евро, или на 54,6%, по сравнению с предыдущим годом (92,7 млн евро). Доля экспорта в стоимостном выражении в Россию в 2022 г. составляла около 1% во французском экспорте сельхозтехники против 2,4% в 2021 г. Изменилась и номенклатура

поставок. Так, в 2021 г. Франция поставила в Россию тракторов на 30 млн евро, почвообрабатывающей техники на 16,5 млн евро и газонокосилок на 6 млн евро. В 2022 г.

в страну экспортано следующее оборудование: запасные части (10,3 млн евро), оборудование для обработки почвы (8 млн евро) и уборочная техника (3,7 млн евро).

Таблица 1

Объемы импорта сельскохозяйственной техники в Россию*

Страна	Годы		2021 г. к 2020 г., %
	2020	2021	
Мир, в т.ч.:	2052795	2825552	137,6
Германия	429531	583335	135,8
Белоруссия	367043	441571	120,3
Китай	286925	398586	138,9
США	123898	220603	1,7 р.
Нидерланды	181149	123359	68,1
Италия	101479	121509	119,7
Финляндия	42282	119241	2,8 р.
Франция	58197	90611	1,6 р.
Бразилия	24380	76672	3,1 р.
Польша	51678	73758	142,7
Швеция	35957	66862	1,9 р.
Канада	43753	62525	142,9
Чехия	42012	57169	136,1
Венгрия	25910	42402	1,6 р.
Турция	28235	42200	149,5
Бельгия	22077	38407	1,7 р.
Австрия	21559	31092	144,2
Словакия	11336	29463	2,6 р.
Великобритания	17207	27944	1,6 р.
Испания	25458	24382	95,8

*Составлена по данным СЕМА.

В Россию поставляются все виды сельскохозяйственной техники и оборудования: зерно-, виноградо- и силосоуборочные комбайны, тракторы, машины для уборки клубней, рыхлители и культиваторы, почвофрезы, плуги, машины для приготовления кормов для животных, инкубаторы и брудеры и др. (табл. 2). В 2021 г. наблюдается увеличение импорта практически по всем видам машин и механизмов, что объясняется ограничением потоков в предыдущий период – период пандемии.

Основную долю занимают тракторы, машины и механизмы для уборки, обмолота и подготовки почвы. Например, в 2021 г. в страну ввезено зерноуборочных комбайнов на сумму 162,4 млн долл. США, что больше, чем в 2020 г., в 2,1 раза, а за период 2015–2021 гг. объемы импорта возросли в 3,7 раза. Ввоз тракторов в стоимостном выражении в 2021 г. по сравнению с предыдущим годом увеличился на 45,5%, а количественно на 19,8% и составил 1,6 млрд долл. США и 134,9 тыс. шт. соответственно.

Таблица 2

**Импорт основных видов сельскохозяйственной техники
и оборудования в Россию***

Наименование товара		Годы					2021 г. к 2020 г., %
		2015	2018	2019	2020	2021	
Комбайны зерноуборочные	ст-ть ¹	43,7	87,2	63,1	75,8	162,4	2,1 р.
	кол-во ²	1,0	1,4	0,6	0,8	1,2	1,5 р.
Силосоуборочные комбайны самоходные	ст-ть ¹	9,2	23,1	24,8	23,5	25,1	106,8
	кол-во ²	0,1	0,2	0,2	0,2	0,4	2,0 р.
Машины свекловичные ботвоворезные и свеклоуборочные	ст-ть ¹	20,3	50,9	40,6	5,5	12,2	2,2 р.
	кол-во ²	0,06	0,8	0,3	0,02	0,04	2,0 р.
Картофелекопатели и картофелеуборочные машины	ст-ть ¹	11,0	11,8	11,0	5,6	14,3	2,6 р.
	кол-во ²	2,3	2,7	2,2	2,5	2,7	108,0
Тракторы	ст-ть ¹	526,4	1,6 ³	1,3 ³	1,1 ³	1,6 ³	145,5
	кол-во ²	43,0	105,3	91,8	112,6	134,9	119,8
Пресс-подборщики	ст-ть ¹	19,7	29,7	33,3	34,6	48,3	140,0
	кол-во ²	3,2	5,2	7,3	9,0	10,7	118,9
Почвофрезы	ст-ть ¹	2,9	4,1	4,9	5,7	7,8	136,8
	кол-во ²	8,0	47,0	63,4	87,1	146,6	1,7 р.
Рыхлители и культиваторы	ст-ть ¹	54,7	95,1	82,7	61,3	106,5	1,7 р.
	кол-во ²	217,1	320,4	269,1	159,2	243,2	1,5 р.
Косилки тракторные, навесные или прицепные	ст-ть ¹	18,4	27,2	27,2	30,8	39,1	126,9
	кол-во ²	13,0	44,4	38,3	34,5	37,4	108,4
Плуги	ст-ть ¹	10,7	20,0	15,8	16,1	23,3	144,7
	кол-во ²	10,9	11,4	7,6	8,3	10,6	127,7
Бороны дисковые	ст-ть ¹	15,2	28,5	20,4	25,2	38,9	1,5 р.
	кол-во ²	1,4	1,2	0,9	1,1	1,9	110,0
Машины и механизмы для приготовления кормов	ст-ть ¹	20,3	33,5	26,2	33,2	34,5	103,9
	кол-во ²	33,0	54,5	50,2	43,0	58,3	135,6
Инкубаторы и брудеры	ст-ть ¹	14,1	5,9	6,9	10,6	5,9	55,7
	кол-во ²	5,4	8,9	14,1	9,6	19,1	2,0 р.

¹ млн долл. США;² шт.;³ млрд долл. США.

*Составлена по данным портала StatImEx.Ru.

Ведущей страной-поставщиком является Германия. Ее производители ввозили в Россию 36,1% машин для уборки и обмолота сельскохозяйственных культур, пресс-подборщиков, прессов для упаковки в кипы соломы или сена, сенокосилок, машин для очистки, сортировки и калибровки (в т.ч. 44,3% зерноуборочных комбайнов), 80% силосоуборочных комбайнов, 94,4% свеклоуборочных машин, 11,4% культиваторов и рыхлителей, 35,7%

косилок тракторных, 69,1% картофелеуборочных машин, 13,2% тракторов, 29,1% плугов, 23,7% машин и механизмов для приготовления кормов для животных, 9,2% инкубаторов и брудеров. Значительные поставки происходят из Белоруссии, на долю которой приходится 22,1% зерноуборочных комбайнов, 8,3% машин для очистки семян, 10,0% рыхлителей и культиваторов, 9,6% силосоуборочных комбайнов, 17,9% косилок тракторных, 9,6% картофеле-

копателей и картофелеуборочных машин, 21,3% тракторов, 11,3% машин и механизмов для приготовления кормов. Китай лидировал при ввозе рыхлителей и культиваторов (36,0%), почвофрезов (48,4%), США – тракторов (40,3%), Австрия – борон (20,5%), Польша – косилок тракторных (35,7%), Нидерланды – тракторов (22,8%), а также инкубаторов и брудеров (40,5%) [15].

До начала СВО на отечественном рынке была представлена продукция большого количества глобальных производителей сельхозтехники – Deere & Company, CNH Industrial N.V., AGCO Corporation, CLAAS KGaA GmbH, JCB, SDF Group, KUHN Group, KRON, Argo Tractors SpA, Amazone H. Dreyer GmbH&Co. KG, Husqvarna AB, Väderstad Group, Andreas STIHL AG & Co. KG, New Holland, Kubota Group и других. С февраля 2022 г. они прекратили прямые поставки своей продукции в Россию. В результате у дилеров и аграриев возникли проблемы в сегментах мощной энергонасыщенной самоходной техники; телескопических погрузчиков; техники для садоводства, овощеводства и виноградарства; запасных частей и комплектующих [5, с. 131].

Если доля ранее преобладавших марок и брендов сельскохозяйственной техники на российском рынке снизилась, то белорусских, китайских, турецких, бразильских, индийских и аргентинских – увеличилась. Диллеры к уже имеющимся маркам из этих стран выводят на рынок новые. Например, китайские пополнились марками YTO, Agroapollo, Lovol, Atlas, Alcor, Altair, Antares, KAT, ENSIGN, Taihong, Zoomlion, Suolun. Из Турции поставляются тракторы марок Ensign, Başak, Hattat, Aktürk, MST, ArmaTrac. В 2023 г. появились турецкие разбрасыватели органических удобрений Monsterra, тракторные полуприцепы бренда Palazoğlu. В 2023 г. на рынок вышли тракторы ITM мощностью от 45 до 150 л.с. иранской группы Iran Tractor Manufacturing

Company (ITMCO). Прочное место занимают тракторы из Белоруссии, производители которых постоянно пополняют линейку обновленными моделями [9, с. 46].

Хотя техника новых поставщиков частично удовлетворяет спрос, но не вся она отвечает климатическим требованиям, обладает необходимой мощностью, шириной захвата, совместимостью с имеющимися в хозяйствах экземплярах машин и оборудования. Для снижения отрицательных последствий санкций разрешен параллельный импорт сельхозтехники таких компаний и брендов, как John Deere, Kubota, JCB, Deutz-Fahr, CLAAS, New Holland, Grimme, Case IN Agriculture, Wintersteiger, Ropa, Holmer, TLD, Valtra, Massey Ferguson.

Экспорт является важной статьей дохода машиностроительных компаний. Но его объемы значительно меньше импорта. В частности, экспорт зерноуборочных комбайнов в 3,7 раза меньше импорта, тракторов – в 10 раз (табл. 3). Основной контрагент во внешней торговле отечественной сельхозтехникой – Казахстан. Его доля в экспорте зерноуборочных комбайнов равна 46,4%, машин для очистки, сортировки и калибровки семян, зерна и бобовых – 62,7%, рыхлителей и культиваторов – 64,0%, почвофрезов – 46,1%, борон – 92,0%, косилок – 60,7%, тракторов – 39,3 процента. География экспортных поставок довольно широка: это и бывшие республики СССР – Белоруссия, Литва, Украина, Молдова, Армения, Киргизия, Азербайджан, Узбекистан, Туркменистан, европейские страны – Польша, Нидерланды, Германия, Швеция, Франция, Венгрия, а также Турция, Китай, Монголия, ЮАР. После начала СВО сократились поставки в Словакию, Румынию, Литву, Германию, Польшу. В свете этого производители стали рассматривать африканские рынки. Так, группа компаний «Ростсельмаш» планирует поставки в Судан и Египет. Эксперты считают перспективными странами Нигерию и Танзанию.

Таблица 3

Экспорт основных видов сельскохозяйственной техники и оборудования*

Наименование товара		Годы					2021 г. к 2020 г., %
		2015	2018	2019	2020	2021	
Комбайны зерноуборочные	ст-ть ¹	51,4	77,9	83,2	40,8	44,2	108,3
	кол-во ²	0,6	0,8	1,4	0,5	0,5	100
Тракторы	ст-ть ¹	144,8	76,1	90,1	80,1	158,0	2,0 р.
	кол-во ²	5,3	3,6	3,9	9,7	9,5	97,9
Машины для очистки семян	ст-ть ¹	5,3	7,2	5,6	7,8	9,5	121,8
	кол-во ²	0,6	1,8	1,3	1,7	3,2	1,8 р.
Рыхлители и культиваторы	ст-ть ¹	3,4	6,6	6,5	9,3	13,0	139,8
	кол-во ²	9,7	15,0	17,9	22,3	33,9	1,5 р.
Бороны	ст-ть ¹	1,2	3,5	4,8	7,1	17,5	2,5 р.
	кол-во ²	0,6	2,9	8,2	7,9	14,4	1,8 р.
Косилки тракторные, навесные или прицепные	ст-ТЬ ¹	1,8	2,1	2,2	2,3	3,8	1,6 р.
	кол-во ²	2,0	1,1	2,1	2,8	2,1	75,0
Плуги	ст-ТЬ ¹	1,8	3,3	3,1	4,1	6,1	148,8
	кол-во ²	7,0	10,7	9,9	10,5	14,3	136,2
Машины и механизмы для приготовления кормов	ст-ТЬ ¹	2,6	4,6	5,6	4,9	10,6	2,2
	кол-во ²	15,0	19,6	25,0	24,9	26,5	106,4

¹ млн долл. США;² шт.

*Составлена по данным портала StatImEx.Ru.

В данное время при регулировании внешнеэкономической деятельности, связанной с транспортными средствами, применяются меры тарифного и нетарифного регулирования. К первым относятся таможенные пошлины, таможенные сборы, НДС, акцизы, ко вторым – утилизационный сбор, технические регламенты, лицензирование, сертификация, квотирование, запрет на экспорт или импорт определенных видов техники и другие меры. Это присуще и рынку техники и оборудования для сельского хозяйства. Такие шаги направлены на поддержание баланса между спросом и предложением, а также для защиты отечественных производителей сельхозтехники и интересов сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Ввозимая в Россию сельхозтехника облагается таможенной пошлиной, размер которой установлен в зависимости от ее вида. Таможенной пошлиной не облагаются машины корнеуборочные и клубнеуборочные, косилки, плуги, разбрасыватели минеральных и органических удобрений, бороны, культиваторы, машины для прополки и пропалыватели, сеялки, установки и аппараты доильные [8, с. 82]. Снижение таможенных пошлин ведет к уменьшению затрат аграриев и направлено на их поддержку в условиях, когда рынок столкнулся с прекращением поставок импортируемого оборудования и комплектующих и разрывом логистических цепочек. Это решение может помочь сдерживать рост цен и на выпускаемую отечественную продукцию.

При ввозе сельскохозяйственной техники на территорию России необходимо заплатить утилизационный сбор. С 01.07.2023 г. значительно увеличены размеры утилизационного сбора на семь категорий сельскохозяйственных колесных тракторов мощностью от 30 л.с. до 340 л.с., которые освоены в России и Белоруссии.

Еще одной мерой влияния на структуру рынка и сравнительную конкурентоспособность отдельных организаций в отрасли сельскохозяйственного машиностроения является техническое регулирование, направленное на обеспечение безопасности потребителей сельхозмашин. Установление более жестких технических условий к качеству закрывает доступ на рынок для техники, не отвечающей требованиям, в средне- и долгосрочной перспективе на рынок могут выйти производители с усовершенствованными моделями.

Хотя объемы экспорта сельскохозяйственной техники и оборудования несопоставимы с их импортом, государство стимулирует поставки российской продукции сельскохозяйственного машиностроения за рубеж, учитывая важность этого направления внешнеэкономической деятельности. Например, экспорт сельхозтехники не облагается таможенной пошлиной. В 2023 г. предусмотрена поддержка для организаций отрасли машиностроения в размере 40% от затрат на транспортировку покупателям всех основных видов сельхозтехники и услуга по содействию в размещении и хранении продукции в местах временного хранения за рубежом, которая является дополнительной и предоставляется только в составе комплексных услуг.

Также «необходимо развивать отечественное производство на основе высокотехнологичной и конкурентоспособной продукции. Для этого у России имеются все необходимые природные, производственные, интеллектуальные и финансовые ресурсы» [1, с. 9].

Выводы и заключение. Россия ежегодно импортировала сельскохозяйственную технику практически из всех производящих стран мира. Объем импорта в 2021 г. составил почти 2,8 млрд евро, и его значительная часть приходилась на европейские страны. В 2022 г. СВО повлияла на торговые потоки сельскохозяйственной тех-

ники, оборудования, запчастей, и поставки из европейских стран значительно снизились. На рынок вышли новые игроки из Китая, Турции, Ирана, Индии, Аргентины. В 2021 г. экспорт сельскохозяйственной техники и оборудования был в 13,3 раза меньше импорта, но государство стимулирует поставки российской продукции сельскохозяйственного машиностроения за рубеж.

На объемах экспорта и импорта техники для сельского хозяйства сказываются меры государственной поддержки как производителей сельхозтехники, так и аграриев. Однако она недостаточна и отечественные производители менее конкурентоспособны на мировом рынке. Поэтому меры тарифного и нетарифного регулирования импорта и экспорта необходимо применять и расширять, так как они могут «выровнять» позиции российских производителей и дилеров на внутреннем и внешнем рынках. Правительство России в 2022–начале 2023 г. приняло ряд мер для уменьшения негативных последствий санкций: сокращение дефицита отдельных категорий товаров и (или) недопущение резкого «скачка» цен на них. Однако эти меры пока слабы для устранения последствий введенных санкций.

Список литературы

1. Алябьева, М. В. Политика импортозамещения в Российской Федерации в условиях санкционного давления / М. В. Алябьева, И. Н. Самойлов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 4(101). – С. 9–19. – DOI: 10.21295/2223-5639-2023-4-9-19.
2. Клименко, О. И. К проблеме определения перспектив цифровизации управления организацией / О. И. Клименко, В. И. Морозов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета

кооперации, экономики и права. – 2023. – № 5(102). – С. 9–18. – DOI: 10.21295/2223-5639-2023-5-9-18.

3. Кручинина, В. М. Формирование и развитие кооперативов по совместному использованию сельскохозяйственной техники / В. М. Кручинина. – Текст : непосредственный // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2023. – № 2. – С. 64–72. – DOI: 10.37984/2076-9288-2023-2-64-72.

4. Кручинина, В. М. Зарубежный опыт функционирования кооперативов на рынке удобрений / В. М. Кручинина, С. М. Рыжкова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 3(88). – С. 276–292. – DOI: 10.21295/2223-5639-2021-3-276-292.

5. Кручинина, В. М. Особенности развития современного рынка сельскохозяйственной техники в России / В. М. Кручинина, С. М. Рыжкова // Экономика, труд и управление в сельском хозяйстве. – 2023. – № 4(98). – С. 125–134. – DOI: 10.33938/234-125.

6. Рыжкова, С. М. Рынок органических семян в США: тенденции, практика, политика / С. М. Рыжкова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 3(94). – С. 207–222. – DOI: 10.21295/2223-5639-2022-3-207-222.

7. Рыжкова, С. М. Государственное регулирование рынка сельскохозяйственной техники в России / С. М. Рыжкова, В. М. Кручинина. – Текст : непосредственный // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2023. – № 06(100). – С. 34–42. – DOI: 10.33938/236-34.

8. Рыжкова, С. М.

Современные факторы развития рынка сельскохозяйственной техники в России / С. М. Рыжкова, В. М. Кручинина. – Текст : непосредственный // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2023. – № 07(101). – С. 77–85. – DOI: 10.33938/237-77.

9. Рыжкова, С. М. Состояние маркетинговой среды рынка сельскохозяйственной техники для растениеводства в России / С. М. Рыжкова, В. М. Кручинина. – Текст : непосредственный // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2023. – № 3. – С. 40–47. – DOI: 10.33938/233-40.

10. Шаркова, А. В. Стратегии предпринимательства: бизнес-экосистемы, реальные ценности, общество / А. В. Шаркова, Е. Н. Елисеева, Л. Г. Ахметшина [и др.]. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2023. – 473 с. – ISBN 978-5-394-05481-5. – Текст : непосредственный.

11. Шаркова, А. В. Концепции и модели интенсификации предпринимательской деятельности: мировые, национальные и региональные тренды / А. В. Шаркова, О. В. Игнатова, Е. Н. Елисеева [и др.]. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2022. – 400 с. – DOI: 10.29030/978-5-394-05092-3-2022. – ISBN 978-5-394-05092-3. – Текст : непосредственный.

12. Шаркова, А. В. Трансформация предпринимательской деятельности: новые технологии, эффективность, перспективы / А. В. Шаркова, А. А. Прудникова, Л. Б. Веселовский [и др.]. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2021. – 374 с. – ISBN 978-5-394-04452-6. – Текст : непосредственный.

Ryzhkova S.M.

Federal Scientific Center for Agrarian Economics and Social Development of Rural Territories, All-Russian Research Institute of Agricultural Economics (Moscow), Candidate in Economics, Leading Researcher of the Department of Marketing and Development of Food Markets

FEATURES OF FOREIGN TRADE IN AGRICULTURAL EQUIPMENT IN RUSSIA

Abstract. Russia is part of the global market for agricultural machinery, equipment and components. If in the USSR up to 90% of the market was provided by domestic equipment, then in the post-perestroika period the country became dependent on imports and is a major importer of agricultural equipment. At the same time, domestic manufacturers export equipment to many countries around the world. However, the volumes of import and export are incomensurable. Thus, in 2021, the volume of imports amounted to 2.8 billion euros, and the volume of exports – 21 billion rubles. In recent years, processes in the agricultural machinery market have been unstable and rapidly changing and are caused by the influence of external factors. The purpose of the study is to trace the features of foreign trade in agricultural machinery in Russia. Abstract-logical, monographic, graphic, analytical and other methods of general scientific research were used. Data from the StatImEx.Ru portal, the statistical service of the European Union (Eurostat), and specialized Russian and foreign unions were analyzed. In 2021-2023 there was a break in supply chains. Under these conditions, dealers replaced some suppliers from the USA, EU, Japan and Canada with suppliers from China, Turkey, Argentina, India, and Iran. To reduce the negative consequences of sanctions, the Russian Government allowed parallel imports of certain brands of agricultural machinery and limited the export of critical groups of agricultural machinery. Tariff and non-tariff regulation measures are aimed at protecting domestic producers of agricultural machinery and the interests of agricultural producers, maintaining a balance between supply and demand.

Keywords: import and export of agricultural machinery and equipment, state regulation of foreign trade in machinery and equipment for agriculture, agricultural machinery market.

References

1. Alyabyeva, M.V., Samoylov, I.N. (2023). Politika importozameshcheniya v Rossiyskoy Federatsii v usloviyakh sanktsionnogo davleniya [Import substitution policy in the Russian Federation under sanctions pressure]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4 (101), 9-19. DOI: 10.21295/2223-5639-2023-4-9-19.
2. Klimenko, O.I., Morozov, V.I. (2023). K probleme opredeleniya perspektiv tsifrovizatsii upravleniya organizatsiyey [On the problem of determining the prospects for digitalization of organization management]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 5 (102), 9-18. DOI: 10.21295/2223-5639-2023-5-9-18.
3. Kruchinina, V.M. (2023). Formirovaniye i razvitiye kooperativov po sovmestnomu ispol'zovaniyu sel'skokhozyaystvennoy tekhniki [Formation and development of cooperatives for the joint use of agricultural machinery]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i praktyki [Journal of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Practice]. 2, 64-72. DOI: 10.37984/2076-9288-2023-2-64-72. EDN: GNFNXI.
4. Kruchinina, V.M., Ryzhkova, S.M. (2021). Zarubezhnyy opty funktsionirovaniya kooperativov na rynke udobreniy [Foreign

experience in the functioning of cooperatives in the fertilizer market]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava* [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (88), 276-292. DOI: 10.21295/2223-5639-2021-3-276-292. EDN: WBPWKH.

5. Kruchinina, V.M., Ryzhkova, S.M. (2023). Osobennosti razvitiya sovremennoogo rynka sel'skokhozyaystvennoy tekhniki v Rossii [Features of the development of the modern agricultural machinery market in Russia]. *Ekonomika, trud i upravleniye v sel'skom khozyaystve* [Economics, Labor and Management in Agriculture]. 4 (98), 125-134. DOI: 10.33938/234-125. EDN: IIEVDY.

6. Ryzhkova, S.M. (2022). Rynok organicheskikh semyan v SSHA: tendentsii, praktika, politika [The US organic seed market: trends, practices, policies]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava* [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (94), 207-222. DOI: 10.21295/2223-5639-2022-3-207-222. EDN: JLHNVF.

7. Ryzhkova, S.M., Kruchinina, V.M. (2023). Gosudarstvennoye regulirovaniye rynka sel'skokhozyaystvennoy tekhniki v Rossii [State regulation of the agricultural machinery market in Russia]. *Ekonomika, trud i upravleniye v sel'skom khozyaystve* [Economics, Labor and Management in Agriculture]. 06 (100), 34-42. DOI: 10.33938/236-34. EDN: GUPEMG.

8. Ryzhkova, S.M., Kruchinina, V.M. (2023). Sovremennyye faktory razvitiya rynka sel'skokhozyaystvennoy tekhniki v Rossii [Modern factors in the development

of the agricultural machinery market in Russia]. *Ekonomika, trud i upravleniye v sel'skom khozyaystve* [Economics, Labor and Management in Agriculture]. 07 (101), 77-85. DOI: 10.33938/237-77. EDN: MQBWXR.

9. Ryzhkova, S.M., Kruchinina, V.M. (2023). Sostoyaniye marketingovoy sredy rynka sel'skokhozyaystvennoy tekhniki dlya rasteniyevodstva v Rossii [State of the marketing environment of the market of agricultural machinery for crop production in Russia]. *Ekonomika, trud i upravleniye v sel'skom khozyaystve* [Economics, Labor and Management in Agriculture]. 3, 40-47. DOI: 10.33938/233-40. EDN: LRЛИYV.

10. Sharkova, A.V. et al. (2023). Strategii predprinimatel'stva: biznes-ekosistemy, real'nyye tsennosti, obshchestvo [Entrepreneurship strategies: business ecosystems, real values, society]. M.: Published by Dashkov & Co. ISBN: 978-5-394-05481-5.

11. Sharkova, A.V. et al. (2022). Kontseptsii i modeli intensifikatsii predprinimatel'skoy deyatel'nosti: mirovyye, natsional'nyye i regional'nyye trendy [Concepts and models of intensification of entrepreneurial activity: global, national and regional trends]. M.: Published by Dashkov & Co. DOI: 10.29030/978-5-394-05092-3. ISBN: 978-5-394-05092-3.

12. Sharkova, A.V. et al. (2021). Transformatsiya predprinimatel'skoy deyatel'nosti: novyye tekhnologii, effektivnost', perspektivy [Transformation of entrepreneurial activity: new technologies, efficiency, prospects]. Moscow: Published by Dashkov & Co. ISBN: 978-5-394-04452-6.

Соколов А.П.

Государственный социально-гуманитарный университет (г. Коломна), главный научный сотрудник отдела научной и издательской деятельности

ДИСПРОПОРЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ СИСТЕМНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Аннотация. В статье раскрываются особенности региональных диспропорций, их критерии и причины возникновения. Определено, что ряд противоречий в региональном развитии наблюдается в формировании валового регионального продукта, внешнеэкономической деятельности, проведении миграционной политики. Автор особое внимание акцентирует на регионах-лидерах и аутсайдерах в сфере социально-экономического развития и инвестиционной привлекательности. Выявлено, в каких из регионов наблюдается рост ВЭД в сфере АПК, а в каких сокращение численности населения. Предлагаются прогрессивные меры и мероприятия в сфере сокращения диспропорций социально-экономического развития в современных условиях системных трансформаций в экономике территорий. Уделяется внимание приоритетным направлениям социально-экономического развития, среди которых реализация программ малого предпринимательства и мероприятия государственного управления. Раскрываются инструменты содействия в создании инфраструктурного обеспечения в сфере развития предпринимательских бизнес-инициатив на основе получения малым бизнесом микрокредитов для развития собственного дела. Идентифицированы направления внешнеэкономического развития регионов, среди которых их предельный потенциал и экспортно ориентированное производство. Установлено, что для улучшения финансовой состоятельности территорий необходимо упорядочить межбюджетные отношения, сформировать действенную фискальную базу на основе местных бюджетов с привлечением внебюджетных ресурсов. Целью статьи является выявление причинно-следственных связей формирования диспропорций в социально-экономическом развитии регионов страны с определением основных мер их преодоления. В процессе исследования использован методический инструментарий группировки, определения диспропорции регионального развития в условиях системных трансформаций, методы статистического и стратегического анализа для исследования и оценки ряда показателей социально-экономического потенциала и стратегического видения перспектив развития регионов России.

Ключевые слова: диспропорции развития, развитие регионов, система трансформаций, финансовая состоятельность.

Введение. Пространственное развитие регионов тесно связано с их социально-экономическим положением и наличием диспропорций между уровнями экономического развития.

Глубокие диспропорции в социально-экономическом развитии замедляют проведение мероприятий эффективной политики по развитию экономики и

пространственного сотрудничества, препятствуют формированию эффективного внутреннего рынка в стране и регионах, обостряют экономические процессы, увеличивают социальное неравенство и напряжение в обществе.

Следовательно, на решение приведенных проблем должны быть направлены социально-экономические реформы, кото-

рые будут сопровождаться трансформацией форм, методов и организации системы управления в регионах.

Переход государственной политики от централизованного управления на региональный уровень (на основе проведения реформы децентрализации власти) сопровождается передачей части властных полномочий органам местного и регионального управления, позволяя открыть более широкие возможности для обеспечения сбалансированного социально-экономического развития и сотрудничества регионов России. Однако в современных условиях перехода полномочий наблюдается значительная межрегиональная дифференциация развития экономики территорий, доказывающая необходимость пересмотра форм, методов и организации управления [1].

Процесс обозначенных изменений в стране в ряде регионов характеризуется отсутствием системных мер со стороны государственных и территориальных органов власти в вопросах уменьшения диспропорций экономического регионального формирования, приводя к неопределенности направлений и средств регионального развития, а также противоречивости социально-экономических преобразований. Такая тенденция приводит к снижению потенциала социально-экономического развития общества, увеличения социального напряжения, роста рисков нестабильности [2]. Следует также отметить, что существующие диспропорции в развитии регионов имеют существенное влияние не только на развитие отдельного региона и потенциала их пространственного развития, но и обуславливают выбор инструментария стратегического управления региональным развитием.

Вопросы территориальных преобразований освещены в трудах ведущих отечественных ученых-регионалистов, среди которых А.В. Андреев, В.В. Кистанов, Г.Г. Самсоненко, Г.Г. Фетисов, В.Н. Чапек и другие, раскрывающие принципы форми-

рования и реализации региональной политики государства, территориальные социально-экономические диспропорции, пути их устранения и сокращения негативных последствий воздействия на региональное развитие.

В частности к основным проблемам, требующим решения в вопросах преодоления диспропорций в региональном развитии, причислены:

- отсутствие опыта в осуществлении эффективной региональной политики с учетом процессов децентрализации власти;

- неэффективное сотрудничество с органами государственной власти в городских округах;

- отсутствие действенной нормативно-правовой базы по территориальному развитию регионов с учетом их особенностей [3].

Тем не менее, несмотря на значительное количество научных исследований в данной области, существует ряд нерешенных проблем в преодолении диспропорций в развитии регионов России, что и обуславливает актуальность исследования.

Цель статьи заключается в исследовании причинно-следственных связей формирования диспропорций в социально-экономическом развитии регионов страны и определении основных мер их преодоления.

Основной гипотезой научного исследования выступает тезис о необходимости сокращения диспропорций регионального развития, имеющих важное стратегическое значение для России с возможностью оптимального использования природно-ресурсного потенциала территорий, а также управления регионами в системе рыночных отношений, финансового механизма и стратегий.

Методы исследования. В процессе исследования ключевыми методами выступили систематизация, группировка, абстрагирование с целью определения дис-

пропорции регионального развития в условиях системных трансформаций, методы статистического и стратегического анализа для исследования и оценки ряда показателей социально-экономического потенциала и стратегического видения перспектив развития регионов России.

Результаты исследования. Как было отмечено выше, современное развитие экономики страны характеризуется сохранением пространственной неравномерности и диспропорций в социально-экономическом развитии регионов. Несмотря на политику государства в отношении стратегического развития территорий, со временем такие диспропорции в социально-экономическом развитии регионов России только увеличились, что привело к негативным явлениям в вопросах их пространственного сотрудничества.

В современных условиях развития экономики государства можно выделить несколько групп проблем, которые связаны с возникновением диспропорций в региональном развитии, оказывающих значительное влияние на темпы реформирования социально-ориентированного производства экономического развития, а именно:

- государственные, влияющие на региональное развитие, поскольку регион является подсистемой единой системы (страны в целом);
- особенности регионального развития, которые обусловлены историческими, природными, культурными, демографическими факторами, делают регионы отличными друг от друга;
- особенности социально-экономического развития, которые связаны с отраслевой принадлежностью регионов, влияя на их развитие, специфику и финансовую состоятельность.

Низкие конкурентные позиции государства на международной арене, наличие негативных тенденций в развитии системы расселения из-за деградации сельской по-

селенческой сети не обеспечивают качественного экономического роста [4].

Для определения диспропорций в региональном развитии в современных методиках применяют показатель валового регионального продукта (ВРП), квалифицирующий валовую добавленную стоимость в регионе, которая исчисляется как разница между суммарной валовой продукцией и промежуточным ее потреблением. Показатель валового регионального продукта характеризует суммарный результат деятельности всех хозяйствующих субъектов на территории региона.

Кроме того, показатели валового регионального продукта позволяют построить важнейшие национальные (региональные) счета [7].

По данным Федеральной службы государственной статистики РФ, динамика ВРП по регионам на начало 2023 года наделена ростом диспропорций в территориальном развитии.

При этом к характерным негативным явлениям необходимо отнести период 2022 года, характеризующийся наличием снижения качества жизни населения в регионах и увеличением уровня безработицы.

Однако такая тенденция была кратковременной, и уже к середине 2023 года ситуация начала меняться в положительную сторону.

Данные таблицы, характеризующие валовой региональный продукт (ВРП) в разрезе федеральных округов, свидетельствуют о значительном росте показателя за последние 5 лет.

В каждом из федеральных округов (ФО) есть регионы-лидеры, например в ЦФО на начало 2023 года сформировались высокие показатели ВРП в Москве и Московской области, на третьем месте Белгородская и на четвертом Воронежская области. В СЗФО г. Санкт-Петербург, Ленинградская и Мурманская области. В других ФО доминируют Краснодарский и

Ставропольский регионы, Республика Татарстан и Самарская область, Тюменская область, Ямало-Ненецкий АО, Краснояр-

ский край, Кемеровская область, Республика Саха (Якутия), Приморский край и Сахалинская область.

Таблица

ВРП по федеральным округам России 2018–2022 гг.*

(млрд руб.)

Наименование федерального округа	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Откл-е (+;-) 2022–2018 гг.
Центральный (ЦФО)	31,2	33,1	34,2	41,7	41,3	10,1
Северо-Западный (СЗФО)	9,9	10,6	10,7	16,6	16,4	6,5
Южный ЮФО	6,3	6,6	6,7	7,9	7,4	1,1
Северо-Кавказский (СКФО)	2,2	2,3	2,4	2,7	2,6	0,4
Поволжский (ПФО)	13,3	14,1	13,7	16,9	16,2	2,9
Уральский (УФО)	13,0	13,3	11,6	16,7	16,5	3,5
Сибирский (СФО)	8,7	9,1	9,0	11,3	10,9	2,2
Дальневосточный (ДВФО)	5,6	5,9	6,0	7,3	7,0	1,4

*Составлено по: [10].

В условиях санкционного давления в 2022 году рост ВРП продемонстрирован в 19 регионах. Более половины (61,5%) суммарного объема региональных экономик приходится на девять субъектов (рис. 1). Тем не менее, в целом по стране в 2022 году ВРП снизился на 2,9%, с последующим прогнозированием роста от Минэкономразвития на 0,8% в 2023 г. и на 2,6% в 2024 г.

Самые низкие показатели валового регионального продукта наблюдаются в Костромской, Псковской, Курганской областях, Республиках Алтай, Калмыкия, Ингушетия, Марий Эл, Еврейской АО, где на их долю приходится 0,2–0,8% стоимости всех товаров и услуг, произведенных в регионах.



Рис. 1. Регионы России с самым высоким уровнем ВРП (2022 год (%))*

*Составлено по: [10].

То есть в этих регионах наблюдается низкая предпринимательская активность по всем видам экономической деятельности. Наибольший уровень диспропорций в региональном разрезе наблюдается во внешнеэкономической и научно-инновационной деятельности, то есть именно в тех сферах экономической деятельности, которые в современных условиях могут выступать конкурентными преимуществами определенных территорий.

Не менее важную роль на социально-экономическое развитие в регионах оказывает экспорт продукции и внешнеэконо-

мическая деятельность (ВЭД). В основную отечественную экспортную группу входят традиционные отрасли АПК, нефтегазовая и химическая промышленность, металлургия и деревообработка. По общему показателю ВЭД наибольший прирост в 2021 году приходится на Москву (\$ 205,6 млрд). Однако 2022 год, несмотря на санкционные пакеты от стран коллективного Запада, не стал исключением в международном товарообороте, когда сальдо между экспортом и импортом оказалось положительным в пользу России (рис. 2).

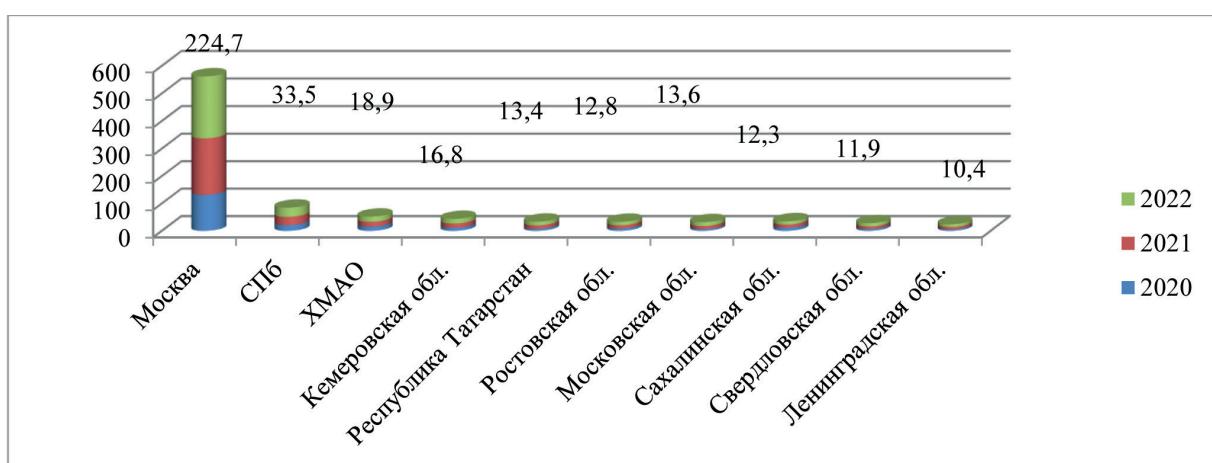


Рис. 2. Регионы России – лидеры внешней торговли, 2020–2022 гг. (\$млрд)*

*Составлено по: [10].

Например, в Сибирском ФО в 2022 году за счет экспорта товарооборот вырос на 36%, составив \$ 70 млрд. Товарооборот Дальнего Востока за аналогичный период также увеличился на 47%, Южного ФО на 38%, Уральского ФО на 42%, Поволжского на 26%.

Однако, несмотря на положительную динамику периода по сравнению с предыдущим, по показателю внешнеэкономической деятельности в части экспорта и импорта товаров и услуг региональные диспропорции наблюдаются между развитыми регионами и регионами реципиентами, но с наибольшим потенциалом в будущем стать инвестицион-

но привлекательными для внутренних и внешних инвесторов.

Например, Ивановская область с уровнем ВРП в 2022 году 0,2% среди регионов ЦФО уже к середине 2023 года увеличила показатель на 1,2%, развивая текстильный бизнес. Аналогичная ситуация ожидается и в ряде других регионов (Республики Адыгея, Дагестан, Карачаево-Черкессия), бизнес которых выводят на уровень самообеспечения за счет развития туризма и сельского хозяйства, логистики и строительной отрасли.

Положительным в региональном масштабе является и тот факт, что внешнеэкономическая деятельность в товарном

виде от поставок углеводородов переходит к доминации в сторону поставок продукции АПК, причем не только в сырьевом виде (зерно), но и к продукции глубокой переработки с добавленной стоимостью. Так, по итогам 2022 года регионами-лиде-

рами становятся, например, Камчатский край и Мурманская область с экспортом морепродуктов, Белгородская область с экспортом мясной и мясоперерабатывающей продукции (рис. 3).

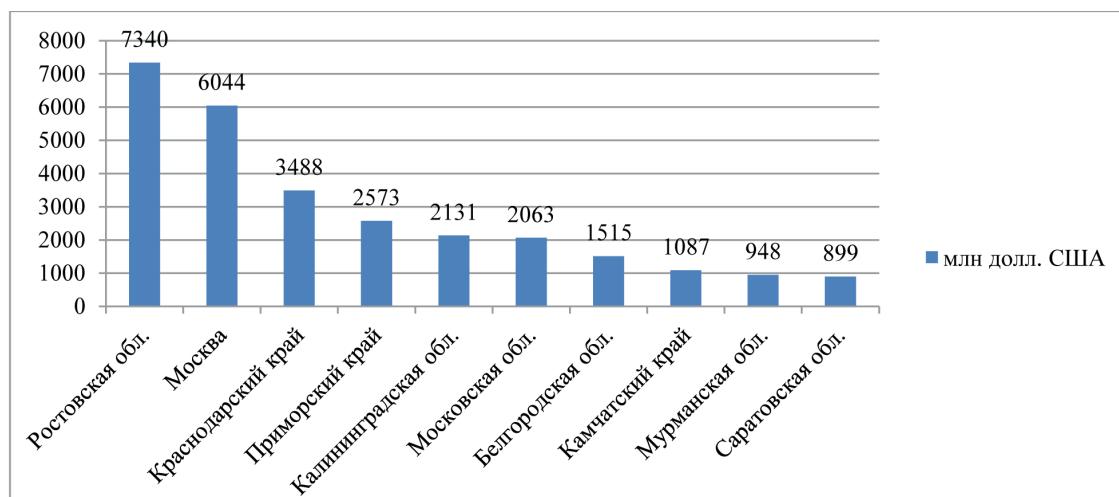


Рис. 3. Топ-10 регионов по объему экспорта аграрной продукции в 2022 году (\$млн)*

*Составлено по: [9, 10].

Таким образом, можно сделать вывод, что Россия вопреки сложившимся стереотипам работы санкционных мероприятий остается экспортноориентированной страной, что указывает на способность обеспечить спрос на товары и услуги собственными силами. В общей структуре импорта и экспорта товаров и услуг основное место принадлежит г. Москве и Московской области, а также промышленно развитым регионам, объясняя данную тенденцию расположением значительного количества промышленных предприятий, торговых точек, большой численностью населения, развитостью инфраструктуры (логистические хабы, порты и т.п.).

Решение вопросов сбалансирования развития регионов в стране, а именно в части распределения экспорта и импорта между регионами, целесообразно начать с перераспределения финансовых ресурсов от более финансово развитых регионов в регионы, которые имеют меньше финансовых ресурсов, с целью улучшения их развития и торгового потенциала за счет уве-

личения производственных мощностей и увеличения технологичности производства. Для более эффективного анализа внешнеэкономической деятельности регионов целесообразным является внедрение и использование информационно-аналитического обеспечения, которое будет включать не только официальные данные, но и реальные данные с учетом теневого сектора [5].

Устойчивое экономическое развитие регионов страны осуществляется за счет совокупности положительных тенденций в экономике регионов, в частности, из-за повышения уровня внешнеторговой активности, роста выпуска сельскохозяйственной продукции, лидерства в динамике нефинансовых услуг, существенного оживления прямого иностранного (Китай и страны ШОС, ЕАЭС) инвестирования и увеличения объемов капитальных инвестиций.

Рассматривая положительную тенденцию регионального вклада в общий уровень экономического роста страны, следует отметить положительную динамику в таких областях, как Калинин-

градская, Ленинградская, Приморский и Хабаровский край.

Существенное замедление экономического развития произошло в ряде республик и округов (Калмыкия, Бурятия, Тыва, Чукотка). Такая экономическая ситуация, увеличение диспропорций развития привели и к проблемам в социально-демографической сфере, поскольку на развитие регионов не менее значимую роль оказывает численность населения, и трудоспособного в том числе.

В данном случае 2022 год оказался сложным для России в демографическом и миграционном процессе. В целом по стране убыль населения в 2022 году составила 0,18%. Тем не менее, в одних регионах население было вынуждено переехать в другие регионы из-за событий 24 февраля и начала СВО (Белгородская область), в других регионах сокращение численности произошло исключительно из-за деградации экономической ситуации (рис. 4).

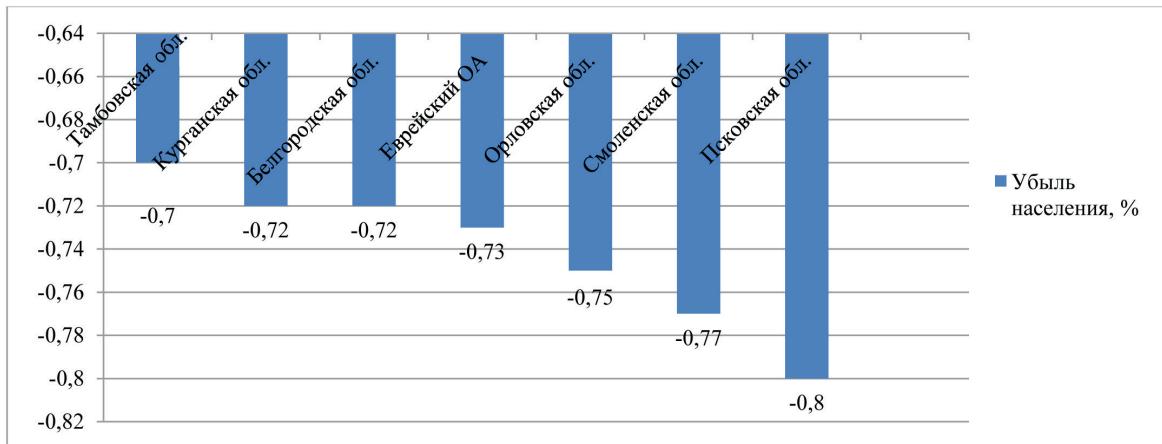


Рис. 4. ТОП-7 деградирующих регионов России по сокращению населения на 01.01.2023 г.*

*Составлено по: [10].

Также наблюдается тенденция к существенному уменьшению численности сельского населения, увеличению миграционного потока из страны из-за снижения уровня жизни населения в регионах с экономически сложной ситуацией.

Поэтому государству необходимо больше внимания уделять вопросу выбора и реализации стратегических приоритетов региональной политики, основанных на сохранении поселенческой сети и улучшении демографического потенциала территории, увеличении уровня доходов и качества жизни населения.

Из-за ситуации страны и начала СВО за последний период изменилась миграционная ситуация, что привело к дисбалансу в распределении постоянного населения в регионах (рис. 5).

Одним из факторов пространственных экономических диспропорций в региональном развитии являются современные тенденции размещения новых производств. Так, наибольшая доля новых предприятий, которые открылись на территории России, сосредоточены в ЦФО, Уральском ФО, Южном ФО и Дальневосточном ФО. Такая тенденция объясняется сырьевой направленностью открытых производств, среди которых: предприятия машиностроения и оборонного комплекса, авиастроение, заводы по производству удобрений, производство минигидроэлектростанций, элеваторов и зерновых терминалов, комплексов по хранению фруктов и овощей, животноводческие комплексы. Благодаря этому в России создано 334 индустриальных парка в 75 регионах.

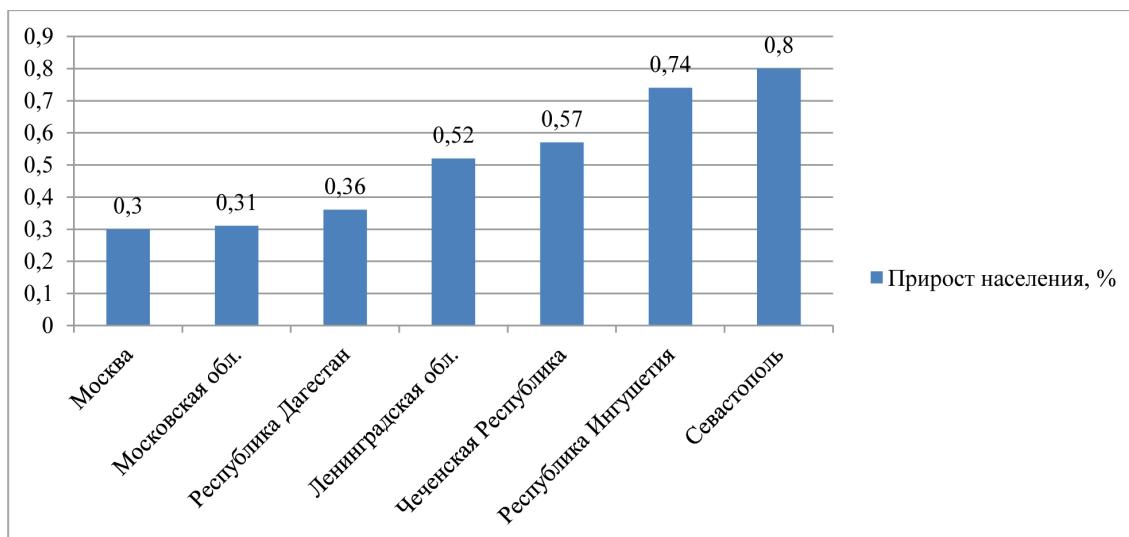


Рис. 5. ТОП-7 регионов – лидеров по приросту населения в 2022 году, %*

*Составлено по: [10].

Динамика распределения предприятий по размерам характеризуется открытием более крупных предприятий, имеющих численность персонала более 1000 рабочих мест, преимущественно на Урале, Дальнем Востоке и в ЦФО, в то время как в южных областях России и на севере больше сконцентрированы средние и малые предприятия. Перераспределение промышленных мощностей и производственных ресурсов привело к пространственному перераспределению объемов промежуточного потребления. Почти во всех регионах наблюдается увеличение темпов роста промежуточного потребления по темпам роста ВРП, что указывает на высокую материальноемкость и сырьевую ориентированность производства, свидетельствуя о низком уровне инновационного развития промышленности страны. Такое перераспределение ресурсов имеет негативные последствия для регионального развития [8].

Следовательно, для уменьшения диспропорций в пространственном развитии регионов на государственном уровне необходимо введение мер по уменьшению таких диспропорций с учетом особенностей и специфики каждого региона с точки зрения производственно-сырьевой принадлежности.

Для преодоления диспропорций в региональном развитии и обеспечения конкурентоспособности регионов необходимыми являются стимулирование деловой активности и оптимизация структуры предпринимательства, требующие соответствующих мер от местных властей.

В решении обозначенных проблем основными задачами выступают:

- выделение приоритетным направлением социально-экономической политики на уровне местного самоуправления, развитие малого предпринимательства, для реализации которого целесообразным является введение соответствующих норм в программу развития и мероприятий государственного управления;

- создание необходимого инфраструктурного обеспечения по содействию развитию предпринимательских бизнес-инициатив;

- содействие получению малыми предприятиям микрокредитов для развития своего дела, сотрудничество с различными фондами поддержки предпринимательства (поддержка сельского хозяйства, зеленый туризм и пр.);

- формирование положительного инвестиционного климата в регионе на основе включения в перечень инвести-

ционных объектов сфер, привлекательных для развития малого предпринимательства;

– предоставление информационной консультативной поддержки субъектам малого бизнеса по развитию предпринимательской деятельности;

– внедрение мониторинга состояния развития малого предпринимательства с соответствующей корректировкой (на основе его результатов) мероприятий в рамках программ регионального развития;

– разработка мероприятий внешнеэкономического развития регионов за счет использования их пограничного потенциала и экспортноориентированного производства;

– улучшение финансовой состоятельности сельских территорий на основе упорядочения межбюджетных отношений, формирование действенной фискальной базы на основе местных бюджетов и привлечения внебюджетных ресурсов;

– привлечение частного сектора к разработке и реализации региональных программ развития, внедрения норм корпоративной культуры и повышения социальной ответственности бизнеса;

– содействие развитию различных форм межрегиональной экономической интеграции и кооперации по совместному освоению ресурсов и решению выявленных проблем регионального развития.

Для преодоления диспропорций в отдельных регионах целесообразным является введение пространственной формы организации бизнеса, например, индустриальных парков. Развитие такой формы организации бизнеса имеет существенные преимущества, а именно:

– в финансовой сфере: улучшение деловой активности региона на основе внедрения инновационных технологий на предприятиях; улучшение инвестиционной привлекательности регионов и расширение консультационного и информационного сопровождения инновационной

деятельности в регионе; увеличение внутреннего производства, что обеспечит повышение конкурентоспособности регионов России; увеличение на основе развития предпринимательства налоговых поступлений в бюджеты всех уровней, что улучшит финансовый потенциал региона и государства в целом;

– в социальной сфере: повышение уровня занятости населения на основе создания новых рабочих мест и снижение уровня безработицы в регионе; улучшение качества и благосостояния жизни населения за счет увеличения его доходов; улучшение образовательного потенциала молодежи за счет более тесного сотрудничества учебных заведений с предприятиями и учреждениями по привлечению их к учебному процессу и усиления соответствующей практической подготовки будущих специалистов;

– в сфере инфраструктуры: создание необходимой инфраструктуры в центрах-метрополисах, позволяя расширить возможности для развития бизнес-структур; улучшение экологической ситуации в регионах на основе размещения промышленных объектов за пределами населенных пунктов; внедрение инновационных и высокотехнологичных видов бизнес-предприятий за счет внедрения инновационных разработок.

Для справки: например, в ЦФО действует 40% индустриальных парков (только в Калужской области их 12 общей площадью 7572,9 га), в Приволжском ФО 28%, в Северо-Западном 12%, остальные 20% приходятся еще на 5 ФО, где, например, в Южном ФО всего 1%.

Для решения указанных проблем необходимым является внедрение инвестиционных ресурсов в развитие индустриальных парков за счет применения инструментов поддержки инвесторов. К основным инструментам создания благоприятных условий развития инвестиционной привлекательности регионов страны

чаще всего в мировой практике относятся инструменты налогового стимулирования.

Инструментами таких условий выступают: льготная нагрузка по налогу на прибыль, освобождение от уплаты экологических налогов, применение системы льготных тарифов на коммунальные услуги, прочная нормативно-правовая база для защиты инвесторов, освобождение от ввозной пошлины на установки и оборудование, которая будет использоваться в индустриальных парках, снижение или освобождение от уплаты налогов на недвижимость, на землю, аренду земли или имущества и т.д.

Для эффективного использования потенциала развития индустриальных парков целесообразным является введение системы государственно-частного партнерства в сфере развития бизнеса. Такая форма организации позволит более эффективно привлекать иностранные инвестиции для развития обозначенных бизнес-структур, способствовать развитию инфраструктурного обеспечения транспортной и технологической составляющей. Система пространственного развития индустриальных парков позволяет их включать в имеющиеся хозяйственные системы территориальных общин и регионов, что даст возможность более четко выделить приоритеты по инвестированию территорий в соответствии с их социально-экономическим развитием и способности генерировать новые ресурсы с учетом их экономического роста [6].

Использование потенциала кадровых ресурсов в развитии индустриальных парков позволит более эффективно привлекать средства международных учреждений для развития и включения отечественных индустриальных парков в международные финансово-экономические связи, бизнес-ассоциации, агентства регионального развития, повышать квалификацию кадров органов местного самоуправления в вопросах инновационно-инвестиционного обес-

печения регионального развития. Разработка и внедрение неналоговых стимулов будут способствовать инвестированию в приоритетных регионах развития бизнес-структур и внедрению системы субсидирования деятельности предприятий из бюджета, созданию новых рабочих мест. Такие меры должны стать залогом уменьшения диспропорций в региональном развитии на основе создания благоприятных условий для развития бизнеса.

Выводы и заключение. Таким образом, обобщая выводы из проведенного исследования оценки диспропорций регионального развития, можно утверждать о наличии негативных тенденций, отразившихся в углублении структурных диспропорций и ресурсно-воспроизводственных дисбалансах в экономике регионов; усиление межрегиональной социально-экономической дифференциации регионального развития. Рассматривая имеющиеся диспропорции, необходимо учитывать особенности межрегиональной дифференциации как основы введения стратегии реализации государственной региональной политики.

В реформах децентрализации власти внимание следует уделять вопросам динамичности развития городов по сравнению с сельскими и горными территориями и наличия территорий с особыми проблемами развития, так называемых депрессивных регионов (что обусловлено их расположением, экономической специализацией, социальными особенностями). Снижение проблемы диспропорций в пространственном и экономическом развитии регионов целесообразно осуществлять на основе программ, которые включают: создание эффективных механизмов реализации государственной региональной политики; совершенствование механизма перераспределения ресурсов внутри страны; создание условий и позитивного имиджа регионов для привлечения внешних инвестиционных ресурсов; проведение политики предотвращения дезинтеграцион-

ных процессов, угрожающих целостности страны; устранение факторов, приводящих к обострению социальной напряженности в обществе.

Список литературы

1. Албегов, М. М. Краткосрочное прогнозирование регионального развития в условиях неполной информации / М. М. Албегов. – Москва : Наука, 2022. – 685 с. – Текст : непосредственный.

2. Вознесенский, Л. А. К экономическим методам управления / Л. А. Вознесенский. – Москва : Политическая литература, 2023. – 944 с. – Текст : непосредственный.

3. Емельянов, С. В. Информационные технологии регионального управления : монография / С. В. Емельянов. – Москва : РГГУ, 2023. – 986 с. – Текст : непосредственный.

4. Механизм и модели финансирования экономического роста и регионального развития. – Москва : Едиториал УРСС, 2023. – 160 с. – ISBN 5-354-00519-1. – Текст : непосредственный.

5. Самсоненко, Г. Г. Региональная экономика и управление / Г. Г. Самсоненко, А. В. Соляр. – Москва : ИВЭСЭП, 2016. – 192 с. – Текст : непосредственный.

6. Степанов, А. Г. Государственное регулирование экономики региона / А. Г. Степанов. – Москва : Финансы и статистика, 2021. – 240 с. – Текст : непосредственный.

7. Тихомирова, И. Инвестиционный климат в России: региональные риски / И. Тихомирова. – Москва : Издатцентр, 2015. – 320 с. – Текст : непосредственный.

8. Янин, А. Н. Региональная экономика и управление / А. Н. Янин. – Москва : Проспект, 2022. – 248 с. – Текст : непосредственный.

9. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. – Режим доступа: <https://mcx.gov.ru>. – Текст : электронный.

10. Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 22.09.2023). – Текст : электронный.

DISPROPORTIONS IN REGIONAL DEVELOPMENT UNDER THE SYSTEM TRANSFORMATIONS CONDITIONS

Abstract. The article reveals the features of regional imbalances, their criteria and reasons for their occurrence. It has been determined that a number of contradictions in regional development are observed in the formation of the gross regional product, foreign economic activity, and the implementation of migration policy. The author focuses special attention on the leading and outsider regions in the field of socio-economic development and investment attractiveness. It was revealed in which regions there is an increase in foreign economic activity in the agricultural sector, and in which there is a decrease in population. Progressive measures and activities are proposed in the field of reducing imbalances in socio-economic development in modern conditions of systemic transformations in the territorial economies. Attention is paid to priority areas of socio-economic development, including the implementation of small business programs and public administration activities. The tools for assistance in creating infrastructure support in the development of entrepreneurial business initiatives based on small businesses obtaining microloans for the development of their own business are revealed. The directions of foreign economic development of the regions are identified, including their maximum potential and export-oriented production. It has been established that in order to improve the financial viability of the territories, it is necessary to streamline inter-budgetary relations and create an effective fiscal framework based on local budgets with the involvement of extra-budgetary resources. The purpose of the article is to identify the cause-and-effect relationships of the formation of imbalances in the socio-economic development of the country's regions with the identification of the main measures to overcome them. In the process of research, methodological tools were used for grouping, determining disproportions in regional development in the context of systemic transformations, methods of statistical and strategic analysis to study and evaluate a number of indicators of socio-economic potential and strategic vision of the development prospects of Russian regions.

Keywords: development imbalances, regional development, system of transformations, financial solvency.

References

1. Albegov, M.M. (2022). Kratkosrochnoye prognozirovaniye regional'nogo razvitiya v usloviyakh nepolnoy informatsii [Short-term forecasting of regional development in conditions of incomplete information]. Moscow: Nauka.
2. Voznesenskiy, L.A. (2023). K ekonomicheskim metodam upravleniya [On economic methods of management]. Moscow: Politicheskaya literatura.
3. Emelyanov, S.V. (2023). Informatsionnyye tekhnologii regional'nogo upravleniya: monogr [Information technologies of regional management: monograph]. Moscow: RGTU.
4. Mekhanizm i modeli finansirovaniya ekonomicheskogo rosta i regional'nogo razvitiya [Mechanism and models for financing economic growth and regional development]. Moscow: Editorial URSS, 2023. ISBN 5-354-00519-1.
5. Samsonenko, G.G., Solyar, A.V. (2016). Regional'naya ekonomika i upravleniye [Regional economics and management]. Moscow: IVESEP.

6. Stepanov, A.G. (2021). Gosudarstvennoye regulirovaniye ekonomiki regiona [State regulation of the regional economy]. Moscow: Finansy i statistika.
7. Tikhomirova, I. (2015). Investitsionnyy klimat v Rossii: regional'nyye riski [Investment climate in Russia: regional risks]. Moscow: Izdattsentr.
8. Yanin, A.N. (2022). Regional'naya ekonomika i upravleniye [Regional economics and management]. Moscow: Prospekt.
9. Ministerstvo sel'skogo khozyaystva Rossiyskoy Federatsii [Ministry of Agriculture of the Russian Federation]. Retrieved from: <https://mcx.gov.ru>
10. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki: ofitsial'nyy sayt [Federal State Statistics Service: official website]. Retrieved from: <https://rosstat.gov.ru/>

e-mail: stb15041952@yandex.ru

Тихонова О.К.

Челябинский филиал Института экономики УрО РАН, младший научный сотрудник

СОЦИАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА РЕГИОНОВ РФ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ И ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ АСПЕКТЫ

Статья подготовлена в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования РФ для Института экономики УрО РАН на 2021–2023 гг.

Аннотация. Социальная инфраструктура в региональном аспекте развития формирует условия повышения качества жизни населения, обеспечивает доступность и качество социальных услуг, создает условия для разностороннего развития граждан и способствует социальной справедливости. Социальная инфраструктура является ключевым элементом, обеспечивающим разнообразные потребности населения и повышение качества жизни. Цель исследования – рассмотреть социальную инфраструктуру регионов РФ с позиции институционального и инфраструктурного обеспечения ее развития. Именно качественная институциональная среда и развитая инфраструктура являются важнейшими условиями обеспечения качества жизни населения российских регионов. Методологической основой исследования выступают методы экономического анализа: синтез, наблюдение, сравнительный анализ, статистический анализ. В данной научной статье представлены результаты исследования по двум регионам РФ: по одному из группы лидеров и аутсайдеров, выявленных по результатам ранее проведенного исследования. В рамках данного исследования проанализировано два компонента по социальной инфраструктуре: образование и здравоохранение, поскольку они обеспечивают реализацию базовых потребностей людей. Они не только оказывают влияние на конкурентоспособность и привлекательность территории для населения, но и напрямую воздействуют на качество жизни населения. В исследовании представлено региональное развитие социальной инфраструктуры на основе институционального и инфраструктурного обеспечения. Исследование развития социальной инфраструктуры показано через такие ее компоненты, как здравоохранение и образование. Развитие социальной инфраструктуры российских регионов представлено показателями в динамике.

Ключевые слова: социальная инфраструктура, качество жизни населения, институциональное и инфраструктурное обеспечение.

Введение. Актуальность исследования социальной инфраструктуры региона заключается в нескольких аспектах. Во-первых, социальная инфраструктура является важной составляющей жизни общества, поскольку она обеспечивает доступность и качество социальных услуг, таких как здравоохранение, образование, культура, спорт и досуг. Развитие этих сфер оказывает непосредственное влияние на уровень жизни и благополучие населения. Исследование социальной инфраструкту-

ры региона позволит оценить ее текущее состояние, выявить проблемы и потенциал для улучшения услуг, а также разработать стратегии развития. Во-вторых, исследование социальной инфраструктуры региона поможет определить географическую дифференциацию доступности и качества услуг. В разных районах и населенных пунктах могут существовать различия в доступности и разнообразии социальных услуг. Исследование позволит выявить эти различия и определить причины их воз-

никновения. Это дает возможность принять меры для сокращения разрыва между разными территориями и обеспечить равенство доступа к социальным услугам. В-третьих, социальная инфраструктура является важным фактором привлекательности региона для жителей и инвесторов. Качество и разнообразие социальных услуг имеют прямое влияние на привлекательность и комфортность проживания в регионе. Благополучная социальная инфраструктура может привлечь новых жителей, а также инвестиции в различные сферы деятельности, что способствует экономическому развитию и повышению уровня жизни населения.

Исследование социальной инфраструктуры региона имеет значимость для принятия эффективных решений по улучшению качества жизни населения, обеспечению равенства доступа к социальным услугам и привлечению инвестиций. Такие исследования помогают определить приоритеты развития социальной инфраструктуры и направить усилия на те области, где они будут наиболее эффективны.

Одна из основных целей социально-экономического развития страны и регионов заключается в обеспечении достаточного уровня и качества жизни населения (КЖН).

Н.М. Логачева считает, что социальная инфраструктура региона – «подсистема региона, формирующая условия жизнедеятельности населения и развития человеческого потенциала, характеризующаяся территориальной локализацией, отраслевой и объектной структурой, ориентацией на интересы потребителей (население региона)» [3].

Изучением социальной инфраструктуры, ее развитием занимаются многие ученые: Е.А. Алпеева, Е.А. Мерзлякова, А.В. Сысоев [1], В.С. Антонюк, И.В. Данилова, С.А. Миттельман, А.Ж. Буликеева [2], Д.Ф. Гараева [5], З.Ф. Гарипова, Л.Р. Халилова [6], И.В. Данилова, А.Ж. Телюбаева,

Г.В. Эрлих [7], О.В. Артемова, А.Ю. Даванков, Н.М. Логачева, Т.Ю. Радиловская, А.Н. Савченко, А.А. Саламатов, А.О. Ужегов [9].

Цель исследования – рассмотреть социальную инфраструктуру регионов РФ с позиции институционального и инфраструктурного обеспечения ее развития.

В соответствии с определенной в данной статье целью поставлены следующие задачи:

- изучить социальную инфраструктуру региона-лидера через компоненты образования и здравоохранения;
- рассмотреть социальную инфраструктуру региона-аутсайдера через компоненты образования и здравоохранения;
- рассмотреть институциональные и инфраструктурные основы развития социальной инфраструктуры российских регионов.

Информационную базу данной научно-исследовательской статьи составили статистические данные Росстата [11].

Необходимо отметить, что социально-экономическое развитие страны и регионов по вопросам качества жизни населения предполагает создание благоприятной институциональной среды и необходимой инфраструктуры [6]. Для этого государственные и негосударственные институты занимаются разработкой и внедрением социальных программ, обеспечением доступности качественных услуг в областях здравоохранения, образования, жилья, транспорта и других сферах жизни. Институциональная среда формируется в соответствии с законодательным обеспечением деятельности страны, региона и муниципального образования. В стратегических документах разных уровней – федеральном, региональном и местном – отражены концептуальные основы социально-экономического развития. В этих документах определены цели, задачи, приоритеты, механизмы функционирования, ресурсы и результаты деятельности управленческих

органов разного уровня для достижения целевых показателей социально-экономического развития. В последнее время особую роль институционального обеспечения развития социальной инфраструктуры играют новые формы образования, такие как институт электронного управления качеством жизни, национальные проекты, а также институт инициативного бюджетирования.

Методы исследования. В рамках данной научной статьи были использованы следующие методы исследования: синтез, наблюдение, сравнительный анализ, статистический анализ.

Результаты исследования. Сотрудниками ЧФ ФГБУН ИЭ УрО РАН в рамках выполнения НИР в 2021–2023 гг. было проведено исследование уровня качества жизни населения регионов РФ по отдельным составляющим, в том числе по уровню регионального развития социальной инфраструктуры [8]. В результате были выделены регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры, занимавшие, соответственно, лидирующие и отстающие позиции по результатам проведенных интегральных оценок за период исследования 2016–2020 гг.

В рамках данного исследования проанализировано два компонента социальной инфраструктуры: образование и здравоохранение, поскольку они обеспечивают реализацию базовых потребностей людей. Они не только оказывают влияние на конкурентоспособность и привлекательность территории для населения, но и напрямую воздействуют на качество жизни населения. Объектами настоящего исследования были выбраны два региона: по одному из группы лидеров и аутсайдеров по результатам проведенного исследования, а именно г. Санкт-Петербург, занимавший 2-е место (в 2016–2020 гг.) по уровню доступности инфраструктуры здравоохранения и 4-е место по уровню значения доступности

инфраструктуры образования, и Ленинградская область, занявшая 84-е место по уровню доступности инфраструктуры здравоохранения (в 2016–2020 гг.) и 85-е место по уровню доступности инфраструктуры образования [8].

Санкт-Петербург – четвертый по количеству жителей субъект Российской Федерации с населением 5598,5 тыс. человек по состоянию на 01.01.2023 (по оценке Федеральной службы государственной статистики). По итогам 2020 года объем валового регионального продукта Санкт-Петербурга составил 5235,7 млрд руб. (в 2019 году – 5186,1 млрд руб.). И если в целом по Российской Федерации ВРП на душу населения в 2020 г. в сравнении с 2019 г. снизился на 2%, то данный показатель по г. Санкт-Петербургу за этот же период вырос на 1%. Наблюдается рост расходов консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации на здравоохранение на 100 000 населения как по г. Санкт-Петербургу на 62%, так и по России на 72%. Инвестиции в основной капитал, направленные на развитие здравоохранения, на 100 000 населения в г. Санкт-Петербурге выросли на 320%.

На рисунке 1 представлен анализ показателя, характеризующего запрос на услугу, обеспеченную объектами инфраструктуры здравоохранения (врачебными амбулаторно-поликлиническими организациями), расположенными непосредственно на территории региона. Данный показатель ежегодно снижается как в целом по Российской Федерации, Северо-Западному федеральному округу, так и по г. Санкт-Петербургу. Однако в 2021 г. в г. Санкт-Петербурге наблюдается рост показателя на 3% по отношению к 2020 г. На протяжении 5 лет (2017–2021 гг.) в абсолютном выражении наблюдается превышение данного показателя как над среднероссийскими, так и над показателем Северо-Западного федерального округа.

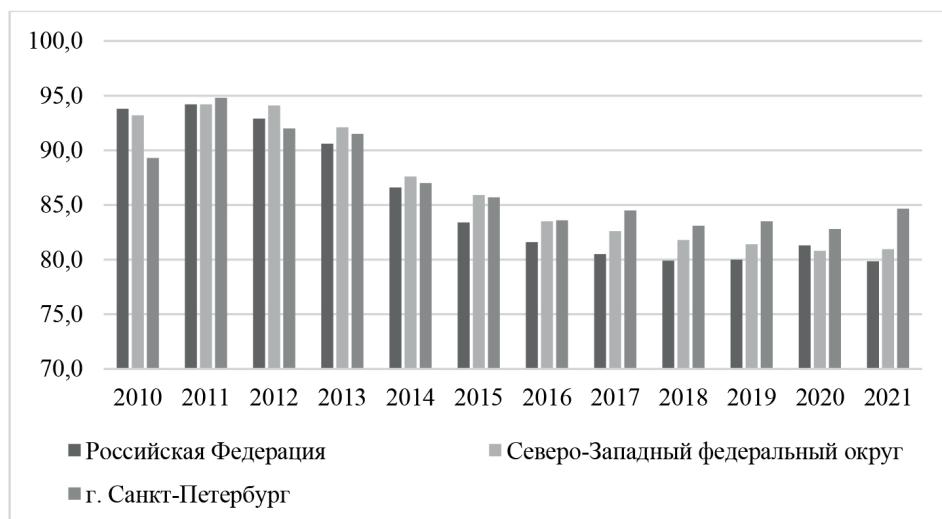


Рис 1. Мощность больничных организаций региона, число больничных коек на 10000 человек населения*

*Составлено по: [9].

Анализ рисунка 2 показал, что при снижении мощности больничных организаций региона наблюдается рост мощности врачебных амбулаторно-поликлинических организаций региона. Данный

показатель в г. Санкт-Петербурге на 28% превышает показатель по Российской Федерации и на 8% показатель по Северо-Западному федеральному округу.

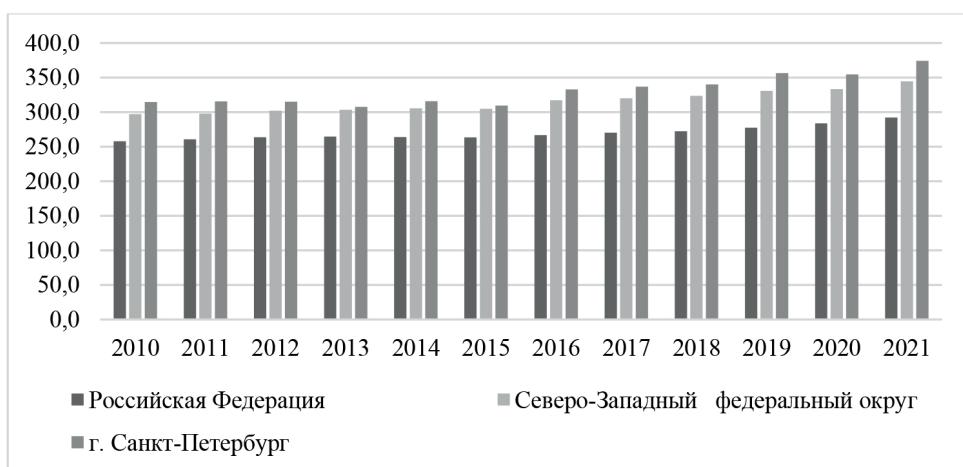


Рис 2. Мощность врачебных амбулаторно-поликлинических организаций региона, посещений на 10000 человек населения*

*Составлено по: [9].

Инвестиции в образование на душу населения показали ежегодный рост как по г. Санкт-Петербургу, так и в среднем по

Российской Федерации на 16%, динамика данного показателя представлена на рисунке 3.

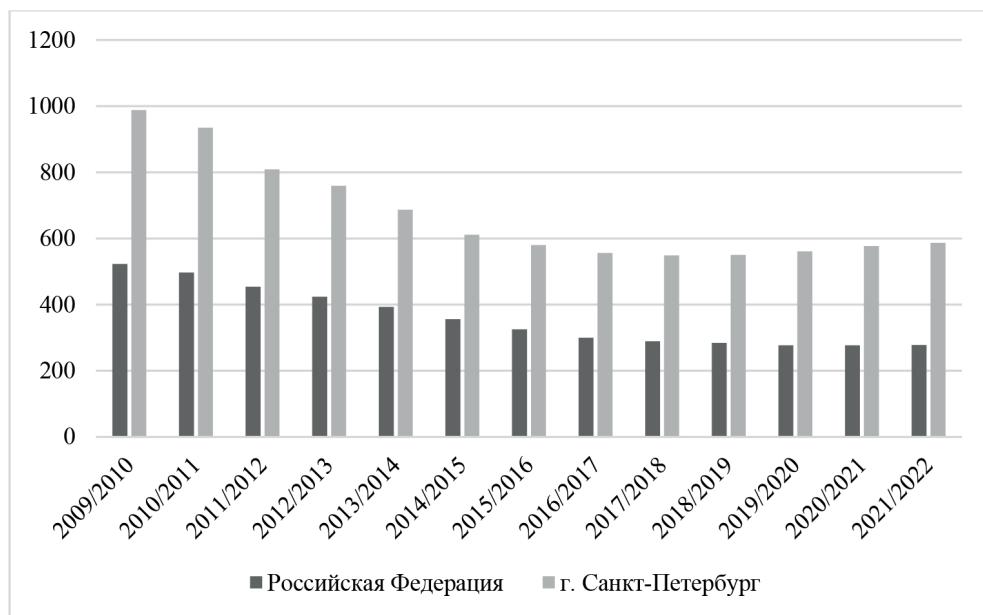


Рис. 3. Охват образовательными организациями высшего образования региона, численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры на 10000 человек населения

*Составлено по: [9].

Динамика показателя свидетельствует об изменении движения нисходящего тренда, наблюдавшегося с 2009 по 2018 г. на восходящий. По г. Санкт-Петербургу в 2021/2022 учебном году рост составил 2%. По России данный показатель вырос на 0,5%.

На рисунке 4 представлен анализ обеспеченности ПК, доступа к Интернету высокого качества, предопределяя возможность получения образовательных услуг, находясь дома.

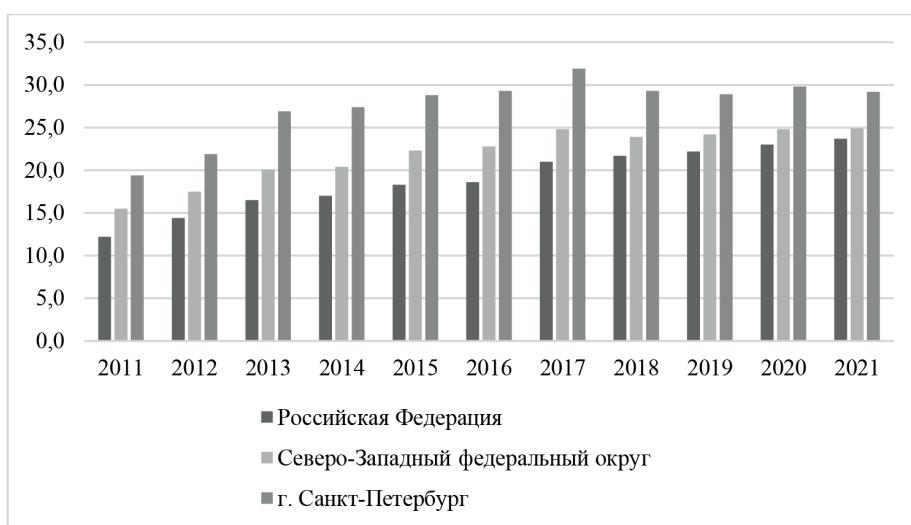


Рис. 4. Численность активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 человек населения, единиц

*Составлено по: [9].

Нормативно-правовое обеспечение развития социальной инфраструктуры г. Санкт-Петербурга представлено в таблице 1. В документах определены цели, задачи, приоритеты, механизмы функци-

онирования, ресурсы и результаты деятельности управлеченческих органов разного уровня для достижения целевых показателей социально-экономического развития региона.

Таблица 1

Нормативно-правовое обеспечение развития социальной инфраструктуры г. Санкт-Петербурга*

Название документа/акта	Направления и меры развития социальной инфраструктуры
Стратегия социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035 года	Долгосрочный документ, который определяет основные направления развития города на период до 2035 года. Включает восемнадцать стратегических целей, которые охватывают различные сферы жизни города, такие как экономика, инфраструктура, социальная сфера, культура и туризм, наука и инновации
Закон Санкт-Петербурга от 22.11.2011 № 728-132 (ред. от 30.06.2022) «Социальный кодекс Санкт-Петербурга» (принят ЗС СПб 09.11.2011)	Нормативный акт, регулирующий отношения, связанные с предоставлением социальной поддержки и оказанием социальной помощи населению города
Государственная программа Санкт-Петербурга «Экономическое и социальное развитие территорий Санкт-Петербурга» (с изменениями на 29 мая 2023 года)	Создание условий для сбалансированного социально-экономического развития территорий города и обеспечения устойчивого экономического роста города
Генеральный план Санкт-Петербурга до 2040 г.	Генеральный план является основным инструментом для организации и развития городской территории. Он определяет принципы и стратегию развития, а также устанавливает правила и ограничения для использования земельных участков

*Составлено по данным Электронного фонда правовой и нормативно-технической информации. – URL: <https://docs.cntd.ru/>

Анализ нормативно-правового обеспечения развития социальной инфраструктуры г. Санкт-Петербурга позволяет утверждать, что вопросы социальной политики, направленной на рост уровня и качества жизни населения региона, отражены во многих стратегических и тактических документах.

Реализация мер повышения качества жизни населения и достижение целевых ориентиров социальных программ возможны посредством развитого инфраструктур-

ного обеспечения: министерств, ведомств, территориальных органов, в задачи деятельности которых входит социальная поддержка и социальное развитие населения.

Таким образом, г. Санкт-Петербург ведет социальную политику, направленную на повышение качества жизни населения региона. В стратегии социально-экономического развития г. Санкт-Петербурга на период до 2035 года определены основные цели – обеспечение стабильного улучшения качества жизни горожан и повышение

глобальной конкурентоспособности города на основе реализации национальных приоритетов развития, обеспечения устойчивого экономического роста и использования результатов инновационно-технологической деятельности. Сегодня Санкт-Петербург – один из лидеров в области здравоохранения, образования, науки и инноваций. ВРП является основным экономическим показателем. С 2015 г. этот показатель продемонстрировал рост на уровне 1–1,5%.

Ленинградская область – один из лидеров по экономическому развитию в СЗФО. ВРП Ленинградской области на душу населения ежегодно растет, тренд показателя Ленинградской области и в среднем по Российской Федерации имеет равнонаправленную динамику. В 2020 г. темпы роста по Ленинградской области опережали ВРП на душу населения по РФ на 3,2%. Расходы консолидированных бюджетов на здравоохранение на 100 000 населения

увеличились в 2020 г. на 39,4%. При этом данный показатель по Российской Федерации опережает значение по Ленинградской области на 23%. Ленинградская область в инвестиционном развитии, направленном в основной капитал здравоохранения, отстает на 20% от средних значений по Российской Федерации, однако относительно прошлого года показывает рост данного показателя на 51%.

Анализ рисунка 5 показал, что наблюдается ежегодное снижение числа больничных коек на 10000 человек населения как по Ленинградской области и по Северо-Западному федеральному округу, так и в среднем по Российской Федерации. Анализ данных показал отставание числа больничных коек на 10000 человек населения в Ленинградской области в 2021 г. на 25% от данного показателя по Северо-Западному федеральному округу и на 27% от значения по РФ.

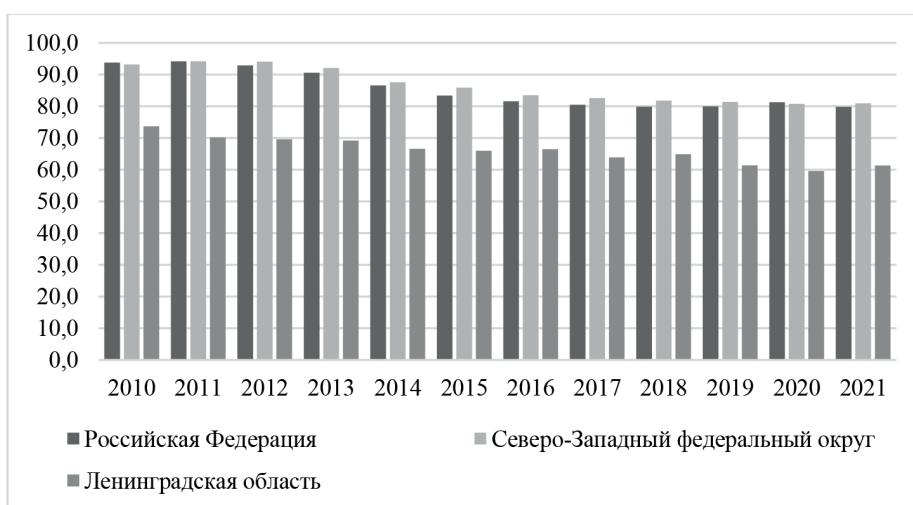


Рис. 5. Мощность больничных организаций региона, число больничных коек на 10000 человек населения*

*Составлено по: [10].

Анализ данных запроса на услугу, обеспеченную объектами инфраструктуры здравоохранения (врачебными амбулатор-

но-поликлиническими организациями), расположеными непосредственно на территории региона, представлен на рисунке 6.

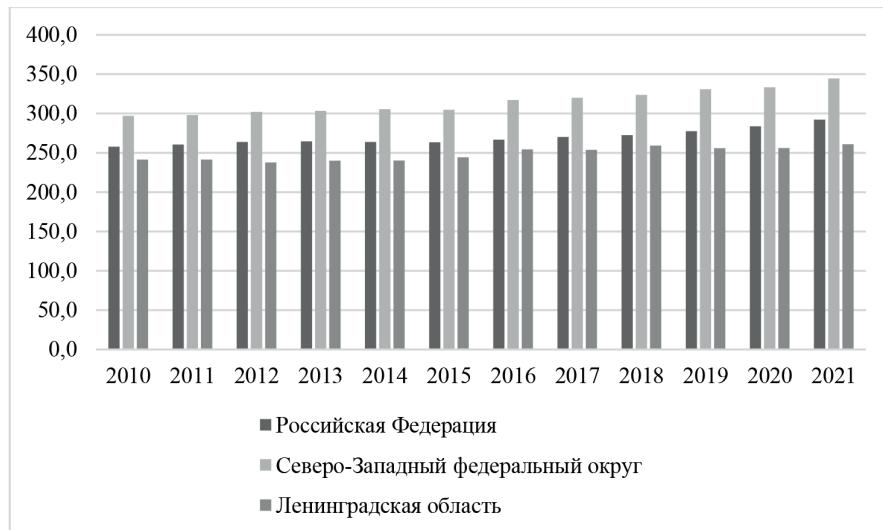


Рис. 6. Мощность врачебных амбулаторно-поликлинических организаций региона, посещений на 10000 человек населения*

*Составлено по: [10].

На фоне снижения числа больничных коек на 10000 человек населения по Ленинградской области наблюдается рост мощности врачебных амбулаторно-поликлинических организаций региона, который в 2021 г. составил 2% по отношению к 2020 г. Положительная динамика данного показателя наблюдается и по Российской Федерации, и по Северо-Западному федеральному округу, однако более быстрыми темпами (3% по РФ и 4% по Северо-Западному федеральному округу).

Инвестиции в образование Ленинградской области показывают превыше-

ние темпов роста показателя на 70,3% к 2019 г. по Ленинградской области над темпами роста по Российской Федерации на 16,3% к 2019 г. На 46% больше инвестиций в образование наблюдается по Ленинградской области, чем в среднем по стране.

Наблюдается ежегодное сокращение показателя, представленного на рисунке 7, как по Ленинградской области, так и по Российской Федерации в целом. При этом в 2021/2022 учебном году наблюдается положительная динамика и рост на 6% по Ленинградской области.



Рис. 7. Охват образовательными организациями высшего образования региона, численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры на 10000 человек населения*

*Составлено по: [10].

Анализ социальной инфраструктуры Ленинградской области необходимо рассмотреть и с позиции обеспеченности населения доступом к сети Интернет. На рисунке 8 представлена информация, которая отражает обеспеченность ПК, доступ к Интернету высокого качества, предопределяя возможность получения образовательных услуг, находясь дома. Наблюдается ежегодный рост данного показателя как

по Ленинградской области, и по Северо-Западному федеральному округу, так и по Российской Федерации в целом. Цифровая трансформация социальной инфраструктуры, которая активно начала проявляться в период пандемии COVID-19, в рамках национального проекта «Цифровизация» продолжает эффективно реорганизовывать социальную сферу.

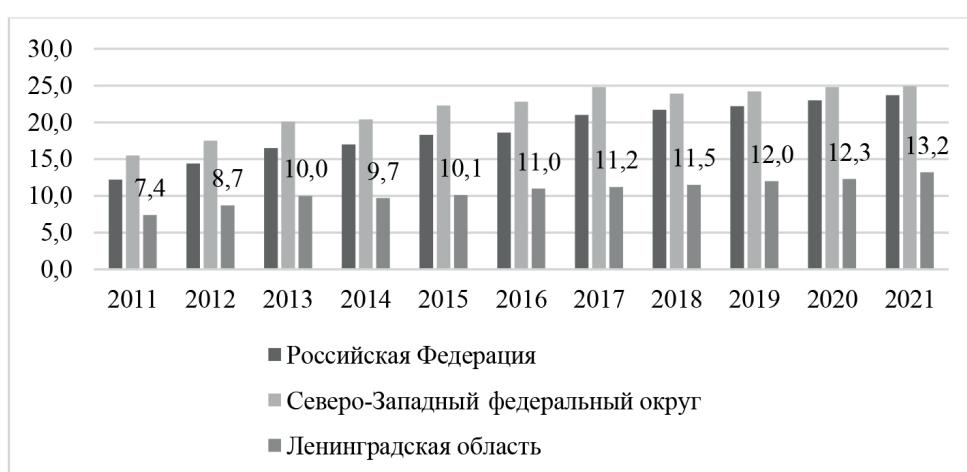


Рис. 8. Численность активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети интернет на 100 человек населения, единиц

*Составлено по: [10].

Нормативно-правовое обеспечение развития социальной инфраструктуры Ленинградской области представлено в таблице 8. В документах определены цели, задачи, приоритеты, механизмы функцио-

нирования, ресурсы и результаты деятельности управлеченческих органов разного уровня для достижения целевых показателей социально-экономического развития региона.

Таблица 2

Нормативно-правовое обеспечение развития социальной инфраструктуры Ленинградской области

Название документа/акта	Направления и меры развития социальной инфраструктуры
Стратегии социально-экономического развития Ленинградской области до 2030 года	Нормативно-правовой акт отражает основную цель развития области – повышение уровня и качества жизни населения
Областной закон Ленинградской области от 17.11.2017 № 72-оз «Социальный кодекс Ленинградской области»	Предметом регулирования выступают отношения, связанные с реализацией полномочий области в социальной сфере

*Составлено по данным Электронного фонда правовой и нормативно-технической информации. – URL: <https://docs.cntd.ru/>

Ленинградская область насчитывает более сорока восьми мер социальной поддержки в сфере социального обслуживания, здравоохранения, образования, труда и занятости. Выплаты осуществляются в беззаявительном порядке на основании реестров.

Таким образом, экономика Ленинградской области растет, это подтверждает рост показателя ВРП в динамике. Однако анализ социальной инфраструктуры по ее составляющим показал, что при увеличении расходов консолидированных бюджетов на здравоохранение, а также при росте инвестиций в основной капитал, направленных на развитие здравоохранения, в Ленинградской области наблюдается снижение мощности больничных организаций региона, сокращение образовательных организаций высшего образования региона, а также уменьшение численности студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры. Инфраструктура региона испытывает значительные проблемы относительно транспортной доступности объектов социальной инфраструктуры, а также низкие темпы распространения сети Интернет. Стратегия развития Ленинградской области одной из приоритетных направлений ставит достижение уровня социальной политики г. Санкт-Петербурга.

Выводы и заключение. Доступность получения медицинской помощи, ее уровень, а также качество образования – все это важные факторы, влияющие на благополучие и комфорт жизни людей. Хорошо развитая социальная инфраструктура способствует удовлетворению потребностей населения и повышению его качества жизни.

Исследуемые регионы характеризуются высокой дифференциацией по уровню социальной инфраструктуры и ее развитию. Санкт-Петербург занимает лидирующие позиции по многим показателям социальной инфраструктуры среди

регионов страны. Регион характеризуется проработанной социальной политикой, направленной на повышение качества жизни населения. Противоположная ситуация сложилась в Ленинградской области. При высоком уровне ВРП на душу населения, развитой структуре социальной поддержки регион значительно отстает по уровню социально-экономического развития, а также по уровню развития социальной инфраструктуры.

В настоящее время, когда качество жизни населения является одним из приоритетов развития региона, необходимо большее внимание уделять развитию социальной инфраструктуры, ее институциональному и инфраструктурному обеспечению [7]. В частности, целесообразно, чтобы инфраструктура образования и здравоохранения развивались «с опережением», поскольку здоровье, образование и компетенции, отвечающие стремительно меняющимся технологическим и цифровым тенденциям – это залог дальнейшего благополучия не только территории, но и населения. Экономика Ленинградской области растет, это подтверждает рост показателя ВРП в динамике. Однако анализ социальной инфраструктуры по ее составляющим показал, что при увеличении расходов консолидированных бюджетов на здравоохранение, а также при росте инвестиций в основной капитал, направленных на развитие здравоохранения в Ленинградской области, наблюдается снижение мощности больничных организаций региона, сокращение образовательных организаций высшего образования региона, а также уменьшение численности студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры.

Важность институционального и инфраструктурного обеспечения социальной инфраструктуры заключается в следующем:

1. Обеспечение доступности социальных услуг для всех слоев населения.

Институциональные и инфраструктурные меры позволяют гарантировать доступность социальных услуг для всех граждан, независимо от их социального статуса или места жительства. Это способствует сокращению неравенства и повышению уровня благосостояния в обществе.

2. Повышение качества предоставляемых услуг. Институциональные и инфраструктурные меры позволяют улучшить качество предоставляемых социальных услуг через разработку стандартов и нормативов, а также обновление и модернизацию физической инфраструктуры.

3. Повышение эффективности предоставления услуг. Институциональное и инфраструктурное обеспечение социальной инфраструктуры позволяет оптимизировать процессы предоставления социальных услуг, улучшить координацию между различными организациями и учреждениями, а также обеспечить максимальное использование ресурсов.

4. Поддержка экономического развития. Институциональные и инфраструктурные меры социальной инфраструктуры способствуют созданию благоприятного инвестиционного климата, привлечению инвестиций в социальный сектор, а также созданию новых рабочих мест и развитию экономики в целом.

Таким образом, институциональное и инфраструктурное обеспечение социальной инфраструктуры играют ключевую роль в развитии и поддержке общества, обеспечивая доступность, качество, эффективность и эффективность предоставляемых социальных услуг.

Список литературы

1. Алпеева, Е. А. Теоретические подходы к исследованию социально-ориентированной инфраструктуры региона / Е. А. Алпеева, Е. А. Мерзлякова, А. В. Сысоев. – Текст : непосредственный //

Экономика в промышленности. – 2018. – Т. 11. – № 4. – С. 412–417.

2. Антонюк, В. С. Управление социальной инфраструктурой регионов в системе инструментов повышения качества жизни населения регионов / В. С. Антонюк, И. В. Данилова, С. А. Мительман, А. Ж. Буликеева. – Текст : непосредственный // Экономика региона. – 2015. – № 3. – С. 53–66.

3. Ершова, М. В. Концепция управления социально-экономическими процессами повышения качества жизни населения / М. В. Ершова. – Текст : непосредственный // Социально-экономические явления и процессы. – 2016. – № 3. – С. 53–58.

4. Артемова, О. В. Исследование качества жизни населения региона в условиях цифровизации: пространственный подход / О. В. Артемова, Н. М. Логачева, А. Н. Савченко. – Текст : непосредственный // Управление в современных системах. – 2020. – № 3(27). – С. 3–15.

5. Гараева, Д. Ф. Институциональный подход к регулированию качества жизни населения / Д. Ф. Гараева. – Текст : непосредственный // Экономические науки. – 2012. – № 87. – С. 11–14.

6. Гарипова, З. Ф. Развитие социальной инфраструктуры как приоритетное направление повышения конкурентоспособности и конкурентоустойчивости территориальной системы / З. Ф. Гарипова, Л. Р. Халирова. – Текст : непосредственный // Финансовая экономика. – 2020. – № 2. – С. 263–267.

7. Данилова, И. В. Инфраструктурные ресурсы качества жизни населения в РФ: региональные аспекты / И. В. Данилова, А. Ж. Телюбаева, Г. В. Эрлих. – Текст : непосредственный // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. – 2016. –

Том 2. – № 3. – С. 240–252. –
DOI 10.21684/2411-7897-2016-2-3-240-252.

8. **Данилова, И. В.** Снижение дифференциации инфраструктурного обеспечения социальной сферы регионов как условие повышения качества жизни населения России / И. В. Данилова, А. Ж. Телюбаева, Ю. Г. Кузменко / Интернет-журнал «Науковедение». – 2017. – Т. 9. – № 4. – URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/30EVN417.pdf>. – Текст : электронный.

9. **Артемова, О. В.** Качество жизни и региональная трансформация экономики: региональный аспект : монография / О. В. Артемова, А. Ю. Даванков, Н. М. Логачева [и др.]. – Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2021. – 210 с. – Текст : непосредственный.

10. Данные Территориального органа Федеральной государственной службы статистики по городу Санкт-Петербургу и Ленинградской области. – URL: <http://petrostat.gks.ru>. – Текст : электронный.

11. Мониторинг Ленинградской области / Федеральная служба государственной статистики, органы исполнительной власти Ленинградской области. – URL: <http://monitoring.lenreg.ru/pokazateli-razvitiya-regiona/dostizhenie-osnovnyx-pokazatelej/dannye-ehzemesyachnogo-monitoringa> Федеральная служба государственной статистики, органы исполнительной власти Ленинградской области. – Текст : электронный.

Tikhonova O.K.

Chelyabinsk Branch of the Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Junior Researcher

SOCIAL INFRASTRUCTURE OF THE RF REGIONS: INSTITUTIONAL AND INFRASTRUCTURE ASPECTS

The article was prepared as part of the state assignment of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation for the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences for 2021–2023.

Abstract. Social infrastructure in the regional aspect of development creates the conditions for improving the quality of life of the population, ensures the availability and quality of social services, creates conditions for the diversified development of citizens and promotes social justice. Social infrastructure is a key element in meeting the diverse needs of the population and improving the quality of life. The purpose of the study is to consider the social infrastructure of the regions of the Russian Federation from the position of institutional and infrastructural support for its development. It is a high-quality institutional environment and developed infrastructure that are the most important conditions for ensuring the quality of life of the population of Russian regions. The methodological basis of the study is the methods of economic analysis: synthesis, observation, comparative analysis, statistical analysis. This scientific article presents the results of a study in two regions of the Russian Federation: one each from a group of leaders and outsiders identified based on the results of a previous study. Within the framework of this study, two components of social infrastructure were analyzed: education and health care, since they ensure the realization of the basic needs of people. They not only influence the competitiveness and attractiveness of the territory for the population, but also directly affect the quality of life of the population. The study presents the regional development of social infrastructure based on institutional and infrastructural support. The study of the development of social infrastructure is shown through its components such as healthcare and education. The development of social infrastructure in Russian regions is presented by indicators in dynamics.

Keywords: social infrastructure, quality of life of the population, institutional and infrastructural support.

References

1. Alpeyeva, E.A., Merzlyakova, E.A., Sysoyev, A.V. (2018). Teoreticheskiye podkhody k issledovaniyu sotsial'no-oriyentirovannoy infrastruktury regiona [Theoretical approaches to the study of socially-oriented infrastructure of the region]. Ekonomika v promyshlennosti [Economics in Industry]. 11 (4), 412-417.
2. Antonyuk, V.S., Danilova, I. V., Mitelman, S.A., Bulikayeva, A.Zh. (2015). Upravleniye sotsial'noy infrastrukturoy regionov v sisteme instrumentov povysheniya kachestva zhizni naseleniya regionov [Management of regional social infrastructure in the system of tools for improving the quality of life of the regional population]. Ekonomika regiona [Economy of the Region]. 3, 53-66.
3. Ershova M.V. (2016). Kontsepsiya upravleniya sotsial'no-ekonomiceskimi protsessami povysheniya kachestva zhizni naseleniya [The concept of managing socio-economic processes to improve the quality of life of the population]. Sotsial'no-ekonomiceskiye yavleniya i protsessy [Socio-economic Phenomena and Processes]. 3, 53-58.
4. Artemova, O.V., Logacheva, N.M., Savchenko, A.N. (2020). Issledovaniye kachestva zhizni naseleniya regiona v

usloviyakh tsifrovizatsii: prostranstvennyy podkhod [Study of the quality of life of the region's population in the context of digitalization: a spatial approach]. Upravleniye v sovremennykh sistemakh [Management in Modern Systems]. 3 (27), 3-15.

5. Garayeva, D.F. (2012). Institutsional'nyy podkhod k regulirovaniyu kachestva zhizni naseleniya [Institutional approach to regulating the quality of life of the population]. Ekonomicheskiye nauki [Economic Sciences]. 87, 11-14.

6. Garipova, Z.F., Khalitova, L.R. (2020). Razvitiye sotsial'noy infrastruktury kak prioritetnoye napravleniye povysheniya konkurentosposobnosti i konkurentoustoychivosti territorial'noy sistemy [Development of social infrastructure as a priority direction for increasing the competitiveness and competitiveness of the territorial system]. Finansovaya ekonomika [Financial Economics]. 2, 263-267.

7. Danilova I.V., Telyubayeva A.Zh., Erlikh G.V. (2016). Infrastrukturnyye resursy kachestva zhizni naseleniya v RF: regional'nyye aspekty [Infrastructure resources for the quality of life of the population in the Russian Federation: regional aspects]. Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta Sotsial'no-ekonomicheskiye i pravovyye issledovaniya [Bulletin of Tyumen State University. Socio-economic and legal research]. 2 (3), 240-252. DOI 10.21684/2411-7897-2016-2-3-240-252

8. Danilova, I.V., Telyubayeva, A.Zh., Kuzmenko, Yu.G. (2017). Snizheniye

differentsiatsii infrastrukturnogo obespecheniya sotsial'noy sfery regionov kak usloviye povysheniya kachestva zhizni naseleniya Rossii [Reducing the differentiation of infrastructural support for the social sphere of regions as a condition for improving the quality of life of the Russian population]. Internet-zhurnal «Naukovedeniye» [Internet journal "Science Studies"]. 9 (4). Retrieved from: <http://naukovedenie.ru/PDF/30EVN417.pdf>

9. Artemova, O.V. et al. (2021). Kachestvo zhizni i regional'naya transformatsiya ekonomiki: regional'nyy aspekt: monografiya [Quality of life and regional economic transformation: regional aspect: monograph]. Ekaterinburg: UT RAS Institute of Economics.

10. Dannyye Territorial'nogo organa Federal'noy gosudarstvennoy sluzhby statistiki po gorodu Sankt-Peterburgu i Leningradskoy oblasti [Data from the Territorial Body of the Federal State Statistics Service for the city of St. Petersburg and the Leningrad Region]. (<http://petrostat.gks.ru>).

11. Monitoring Leningradskoy oblasti/ Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki, organy ispolnitel'noy vlasti Leningradskoy oblasti [Monitoring of the Leningrad Region / Federal State Statistics Service, executive authorities of the Leningrad Region]. Retrieved from: <http://monitoring.lenreg.ru/pokazateli-razvitiya-regiona/dostizhenie-osnovnyx-pokazatelej/dannye-ezhemesyachnogo-monitoringa>

Сергеев М.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация. Целью данного исследования определено развитие отдельных методологических положений управления рисками экономической безопасности предприятия в части формирования его предмета и структурирования взаимосвязанных системных компонент (теоретической, нормативной, технологической, методической) с характеристикой их элементных составляющих. Исследование базировалось на положениях системного подхода в логике причинно-следственной связи слагаемых процесса формирования предмета управления рисками экономической безопасности предприятия и их декомпозиции по критерию подверженности управлению со структурой системных компонент управления и характеристикой составляющих их элементов. В работе реализованы методы генетического, морфологического, контентного анализа, риск-менеджмента, литературного обзора, научной полемики, логического моделирования, графической визуализации, доказательной аргументации выводов. Выделены и обоснованы причины актуализации управления рисками экономической безопасности предприятия в условиях усиления турбулентности бизнес-среды. Представлены слагаемые процесса формирования предмета управления рисками экономической безопасности предприятия, декомпозированные по критерию подверженности управления с разделением на неуправляемые (неопределенность турбулентной бизнес-среды и факторы риска) и управляемые (риски (с конкретизацией их характеристик и признаков) и угрозы экономической безопасности). Визуализированы структура и взаимосвязь системных компонент управления рисками экономической безопасности предприятия (теоретической, нормативной, технологической, методической) и охарактеризованы их элементные составляющие.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, риски экономической безопасности, управление рисками экономической безопасности, предмет управления, системные компоненты управления.

Введение. Проблематика рисков в целом, в том числе в управленческом аспекте их исследования, занимает устойчивое место в ряду популярных предметов научных изысканий. Объективность данного обстоятельства обусловлена неопределенностью бизнес-среды деятельности предприятий и усилением ее турбулентности, вызывающими новые риски, требующими анализа причин их возникновения и прогнозирования последствий трансформации в угрозы экономической безопасности.

Множественность и разнообразие рисков бизнес-среды предопределяют различную направленность их исследования:

- с позиций генетического подхода, в ракурсе эволюции риск-менеджмента и анализа трансформации содержания подходов к управлению рисками, сформировавшихся в отечественной и зарубежной управленческой практике [4, 5, 14];
- в контексте теоретического обоснования рисков, систематизированного представления их видового состава, разви-

тия методического инструментария оценки и анализа, совершенствования методов управления рисками [1, 2, 6, 8];

– в аспекте влияния рисков на экономическую устойчивость предприятий и их экономическую безопасность с использованием положений риск-менеджмента [9, 10, 11, 12, 13, 15] и т.д.

В наших ранних исследованиях [7] риски изучались в рамках обоснования методических проблем оценки экономической безопасности предприятия.

Целью данного исследования определено развитие отдельных методологических положений управления рисками экономической безопасности предприятия в части формирования его предмета и структурирования взаимосвязанных системных компонент (теоретической, нормативной, технологической, методической) с характеристикой их элементных составляющих.

Реализация цели осуществлялась посредством решения следующих задач:

– выделить и обосновать причины актуализации управления рисками экономической безопасности предприятия в условиях усиления турбулентности бизнес-среды;

– представить слагаемые процесса формирования предмета управления рисками экономической безопасности предприятия, декомпозированные по критерию подверженности управления с разделением на неуправляемые (неопределенность турбулентной бизнес-среды и факторы риска) и управляемые (риски (с конкретизацией их характеристик и признаков) и угрозы экономической безопасности);

– визуализировать структуру и взаимосвязь системных компонент управления рисками экономической безопасности предприятия (теоретической, нормативной, технологической, методической) и охарактеризовать их элементные составляющие.

Выделенные задачи раскрывают логику настоящего исследования, идея

проведения которого заключалась в аргументации необходимости развития методологического аспекта управления рисками экономической безопасности предприятия, обусловленной усилением турбулентности бизнес-среды.

Управление рисками экономической безопасности предприятия требует реализации системного подхода, позволяющего структурировать составляющие предмета, системных компонент и элементов управления рисками соответственно последовательности их применения вправленческой практике.

Методы исследования. Исследование базировалось на положениях системного подхода в логике причинно-следственной связи слагаемых процесса формирования предмета управления рисками экономической безопасности предприятия и их декомпозиции по критерию подверженности управлению с структурой системных компонент управления и характеристикой составляющих их элементов.

В работе реализованы методы генетического, морфологического, контентного анализа, риск-менеджмента, литературного обзора, научной полемики, логического моделирования, графической визуализации, доказательной аргументации выводов.

Результаты исследования. Для прикладной экономической науки управление рисками является относительно новой областью знания. В отечественных условиях данный феномен возник одновременно со сменой экономического уклада, произошедшей в 1990-х гг., создавшей бизнес-среду, регулируемую объективными законами функционирования рынка.

Развитие рыночной бизнес-среды сопровождалось осознанием необходимости внедрения риск-менеджмента в экономическую практику для снижения вероятности наступления угроз безопасности ее субъектов.

Заметим, что реализация управленческих мер по обеспечению безопасности

в отечественной практике предпринималась и ранее, до рыночной трансформации, но проводилась, в основном, по отношению к промышленной и технической безопасности.

Что же касается экономической безопасности на всех уровнях иерархии экономической системы, актуализация управления рисками совпала во времени с началом противостояния России нелегитимным санкциям, введенным и постоянно расширяющимся странами «коллективного Запада» из-за восстановления исторической справедливости – возврата Республики Крым и города Севастополь в состав Российской Федерации.

Данный факт вызвал усиление турбулентности бизнес-среды не только на внешнем, но и на внутреннем рынке, катализировал появление многих ранее не существовавших рисков экономической безопасности и, соответственно принципу причинно-следственной связи экономических явлений и процессов, привел к появлению комплекса причин, актуализирующих необходимость управления рисками экономической безопасности.

Ключевыми причинами по степени их влияния на экономическую безопасность, на наш взгляд, выступают:

– несформированность целостной экономической политики в части управления рисками. На государственном уровне приоритетное внимание уделяется рискам финансовой сферы, в частности, угрожающим стабильности функционирования банковской системы. Управление же рисками экономической безопасности на микроэкономическом уровне остается «делом» самих предприятий, за исключением тех, которые отнесены к категории стратегически значимых для национальной экономической безопасности;

– несогласованность мер, реализуемых различными институтами исполнительной власти, по управлению рисками экономической безопасности. Каждая ин-

ституциональная структура – ведомство, министерство, федеральная служба, федеральное агентство и пр., исходя из целей обеспечения экономической безопасности подведомственных ей отраслей экономики, реализует собственный набор мер управленческого воздействия на риски. Согласование этих мер с другими институтами исполнительной власти на практике является, скорее, исключением, нежели правилом, а поэтому приводит к появлению конфликта интересов;

– сохранение достаточно высокого уровня импортозависимости в производстве средств производства и орудий труда для видов экономической деятельности, специализирующихся на производстве промышленной продукции. Реализуемая политика импортозамещения доказала свою эффективность в части насыщения внутреннего рынка товарами потребительского назначения, но в обрабатывающих производствах, производстве сельскохозяйственной техники, промышленного оборудования и т.д. сохраняется зависимость от импортных поставок сырья, комплектующих изделий, запасных частей и, самое главное, от производственных технологий;

– рутинность операций, выполняемых при управлении рисками экономической безопасности предприятия, низкая степень использования цифровых решений в управлении. Из-за высокой стоимости приобретения специальных программных продуктов, предназначенных для оперативного и стратегического управления рисками, их покупка (подписка) доступна только крупным субъектам бизнеса, тогда как его средний и малый сектора не имеют соответствующих ресурсных возможностей;

– недостаточность компетенций управленческого персонала предприятий в части реализации современных подходов к управлению рисками экономической безопасности. Теория риск-менеджмента

быстро эволюционирует, требует постоянного обогащения знаний и их трансфера в управлеченческую практику, что свойственно далеко не каждому менеджеру, в функционал которого входит управление рисками экономической безопасности предприятия. То же самое касается инструментального обеспечения управления рисками, овладение которым также требует от менеджеров формирования адекватных компетенций.

Изложенные причины актуализируют управление рисками экономической безопасности и в обоснованной выше логике развития его методологических положений обуславливают необходимость представления слагаемых процесса формирования предмета управления, декомпозируемых по критерию подверженности управлению (рис. 1).

Из приведенного рисунка следует, что формирование предмета управления рисками экономической безопасности предприятия происходит в двух сферах: неуправляемой (неопределенность турбулентной бизнес-среды, порождающая факторы риска) и управляемой (риски с присущими им характеристиками и признаками, создающие угрозы экономической безопасности).

Связь между неуправляемыми и управляемыми слагаемыми процесса формирования предмета управления рисками экономической безопасности предприятия опосредуется факторами риска, на которые в определенной мере можно оказывать управленческое воздействие, в частности, при их проявлении во внутренней среде или в системе деловых коммуникаций с партнерами по бизнесу.

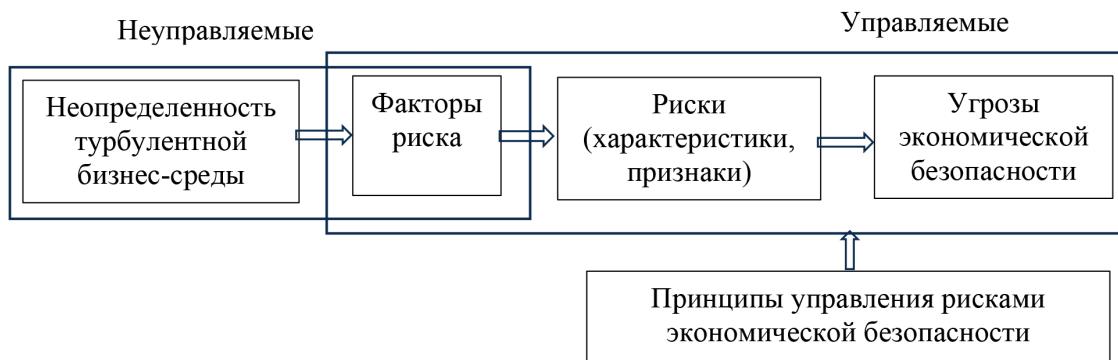


Рис. 1. Слагаемые процесса формирования предмета управления рисками экономической безопасности предприятия, декомпозиции по критерию подверженности управлению

Принципы управления рисками экономической безопасности предприятия мы вынесли за пределы взаимосвязи неуправляемой и управляемой сфер формирования предмета управления, обоснованием чему является то, что эти принципы могут быть применены только по отношению к управляемой сфере.

Основное внимание в управлении рисками экономической безопасности предприятия, на наш взгляд, должно уделяться

ся слагаемым управляемой сферы, формирования предмета управления, т.е. непосредственно рискам и угрозам экономической безопасности.

Эта предметная область управления рисками, как показали результаты изучения позиций исследователей, является представительной по глубине ее разработки. Исследователи предлагают различные классификации рисков [1, 4], наиболее полная, по 10 классификационным признакам,

представлена в [4]; обобщают характеристики рисков (принадлежность к экономике, объективность феномена, вероятность проявления, неопределенность последствий, ожидание отрицательных результатов, непостоянство уровня, субъективность оценки) [4]; обосновывают признаки риска (случайность события, альтернативность, аналитичность, неоднозначность) [10].

В каждой работе, посвященной проблематике рисков, констатируется положение о том, что при определенных условиях они могут трансформироваться в угрозы экономической безопасности.

Видение состава этих угроз характеризуется вариативностью. К примеру, в [1] угрозы связываются с неблагоприятными политическими и макроэкономическими изменениями, реформированием законодательства в экономической сфере, неразвитостью рыночной инфраструктуры, чрезвычайными природными и техногенными ситуациями, промышленным шпионажем, хакерскими атаками, психологическим воздействием; в [11] обобщены 17 угроз бизнеса, к которым отнесены неблагонадежность персонала, партнеры, проблемы менеджмента, финансы, макроэкономические кризисы, недобросовестные конкуренты, несанкционированный доступ к конфиденциальной информации, изменение политической ситуации, изменение законодательства, чрезвычайные природные ситуации, техногенные катастрофы, недобросовестные клиенты, контрагенты, дефицит кадров, поведение клиентов, кибератаки, неспособность к действию в кризисных условиях.

Мы считаем, что в первом варианте представления угроз экономической безопасности, изложенном в [1], они более адекватны сущности угрозы, чем во втором варианте формирования их состава, предложенном в [11].

Как отмечалось нами выше, риски и угрозы экономической безопасности подвержены управлению, осуществляющему с

использованием системы принципов, выделенных и обоснованных в [13] применительно к корпоративной безопасности. Данная система представлена 21 принципом: законности, комплексности, своеобразности, непрерывности, активности, системности, плановости, экономической целесообразности, специализации, взаимодействия и координации, совершенствования, дублирования, централизации управления, «золотого сечения» безопасности, персональной ответственности, минимизации использования человеческого фактора, ограничения полномочий, многозональности и многорубежности систем безопасности, равнопрочности, сочетания гласности с конспирацией, психологического воздействия на правонарушителей.

Полагаем, что перечисленные принципы управления рисками экономической безопасности ценные для управленческой практики на всех уровнях экономической системы, подверженных влиянию рисков, и для всех предприятий, независимо от масштаба их бизнеса, экономического профиля и других отличительных признаков.

Охарактеризованные слагаемые процесса формирования предмета управления рисками экономической безопасности предприятия позволяют перейти к следующей задаче нашего исследования – визуализации структуры и взаимосвязи системных компонент управления рисками и характеристике их элементных составляющих (рис. 2).

Компоненты управления рисками экономической безопасности предприятия представляются нами как «системные», потому что каждая из них объединяет в себе множество элементов. В нашем исследовании элементные составляющие системных компонент управления рисками экономической безопасности ограничены по количеству.

Элементами для первой системной компоненты – теоретической – мы выбрали теории, на базе которых формируются подходы к управлению рисками.

Что касается теорий, возникших до появления теории риск-менеджмента, заслуживает одобрения исследование, проведенное Е.В. Духаниной, К.Ю. Кулаковым и А.Т. Хаметовой [4], в котором с позиций классической, неоклассической

и маржинальной теорий раскрыта эволюционность толкования сущности риска, а также исследование К.Э. Ивановой [5], где изложен генезис теоретических разработок в сфере управления рисками, начиная с А. Смита и К. Маркса.



Рис. 2. Структура и взаимосвязь системных компонент управления рисками экономической безопасности предприятия

По итогам исследования К.Э. Иванова [5] выделяет четыре подхода к управлению рисками, определяя их теоретическим базисом формирующегося риск-менеджмента – активный, адаптивный, консервативный, интегрированный, с которыми, по нашему мнению, следует согласиться.

Вторая выделяемая нами системная компонента управления рисками экономической безопасности предприятия – нормативная – представлена в элементном составе международными и российскими стандартами по управлению рисками, формирующими регламентную основу управленческого процесса.

В данном случае мы имеем в виду стандарты FERMA и стандарты серии ISO 31000, закрепляющие понятийный аппарат, структурные элементы, этапы, процессы риск-менеджмента, на базе которых разработан Национальный стандарт Российской Федерации «Менеджмент риска.

Принципы и руководство» (ГОСТ Р ИСО 31000-2019) [3].

Значимость стандартизации управления рисками состоит в том, что она позволяет алгоритмизировать технологическую процедуру управления, адекватную технологической системной компоненте управления рисками экономической безопасности предприятия. Для этой компоненты элементами нами определены цели управления, достижение которых обеспечивается его этапами.

В контексте нашего исследования глобальная цель управления рисками заключается в обеспечении устойчивости экономической безопасности предприятия к негативному воздействию возмущающих факторов и условий внешней и внутренней среды, мобилизации потенциала предприятия к повышению уровня экономической безопасности в тактической и стратегической перспективе.

Глобальная цель управления рисками экономической безопасности может быть детализирована комплексом существенно взаимосвязанных с ней целей, например, таких, как: организация постоянного мониторинга среды деятельности; идентификация существующих рисков и прогнозирование потенциальных рисков; развитие коммуникаций со стейкхолдерами на паритетной, долговременной основе; сокращение рутинных управленческих операций за счет внедрения цифровых решений и т.д.

Выбор приоритетной для предприятия цели управления рисками экономической безопасности определяет содержание этапов управления, которые, по аналогии с вышерассмотренными элементами, также характеризуются вариативностью представления.

Приведем два примера, доказывающих данное утверждение.

В [4] состав этапов риск-менеджмента представлен сбором информации и идентификацией рисков, их анализом и оценкой, анализом потерь и установлением предельных значений рисков, разработкой и внедрением управленческих мер, оценкой их эффективности и мониторингом.

В [12] современное управление корпоративными рисками подразделяется на этапы определения контекста и потенциальных рисков, оценки уязвимости критических активов для конкретных угроз, установления ожидаемой вероятности наступления рисков, определения последствий воздействия угроз на материальные и нематериальные активы, выбора способов снижения рисков, установления приоритетности принятия мер по снижению риска.

На наш взгляд, оба приведенных примера приемлемы для технологизации процедуры управления рисками экономической безопасности предприятия, первый пример в контексте последовательности

аналитических операций; второй пример – в контексте последовательности оценки влияния рисков на экономическое состояние предприятия корпоративного типа.

Заметим, что разделению на этапы подвергается не только управление рисками, но и входящий в него процесс анализа рисков. Такой подход реализован в [5], где аналитические этапы представлены анализом одиночных убытков, классификацией событий для составления риск-матрицы, формированием графика распределения убытков по вероятности и величине, расчетом стоимости риска, формированием общего графика распределения потерь.

«Пошаговая инструкция» анализа бизнес-рисков, предлагаемая в [2], в качестве этапов данного процесса определяет выявление внутренних опасностей, разработку библиотеки рисков, их распределение по работникам, разработку методов управления, оценку рисков и их последствий, периодическое обновление библиотеки рисков.

Одобряя оригинальность подхода к выделению этапов анализа рисков, реализованного в [2], мы считаем, что в их составе неуместен этап разработки методов управления рисками, поскольку он может быть реализован только по завершении анализа рисков.

С учетом этого нам представляется логичным выделить еще одну системную компоненту управления рисками экономической безопасности предприятия – методическую, состоящую из методов и методик.

Следует признать, что в методическом плане управление рисками обеспечено широким разнообразием методов, для наглядности отображения разнообразия которых мы обобщили их в таблице с распределением по областям использования в управлении рисками экономической безопасности предприятия.

Таблица

**Методы управления рисками экономической безопасности предприятия,
распределенные по областям их использования**

Области использования методов	Методы	Источник
Управление рисками	Экономические методы (компенсация, спекулирование, стимулирование, сдерживание); юридические методы (уголовно-правовые, административно-правовые, гражданско-правовые); социальные методы; производственные методы (технические, технологические)	[1]
Оценка рисковых событий	Качественные методы (мониторинг информации, сбор новой информации, моделирование деятельности предприятия, эвристические методы анализа); количественные методы	[4]
Оценка рисков	Метод оценки неопределенности рисков (определенности, частичной неопределенности, полной неопределенности); метод оценки рисков по степени информированности, метод качественной оценки рисков, метод ставок на риски	[2]
Стратегическое управление риском	Метод избегания рисков (исключение, отказ от высокорисковых бизнес-процессов); метод сокращения рисков (оптимизация, минимизация, снижение); метод обмена рисками (передача на аутсорсинг, страхование); метод удержания рисков (составление резервного плана действий для рискового случая)	[12]

Из таблицы следует, что составы методов в разных источниках различаются довольно существенно. Методы, предназначаемые для оценки рисков [2] и стратегического управления риском [12], более конкретны, чем методы, рекомендуемые к использованию при управлении рисками [1] и оценке рисковых событий [4]. В этих областях использования методов они представлены групповым составом, что не позволяет сделать вывод об их соответствии заявляемым целям применения в управлении рисками.

Касательно второй составляющей методической компоненты управления рисками экономической безопасности предприятия, т.е. методик, заметим, что они разрабатываются, в подавляющем большинстве случаев, не для управления рисками, а для оценки и анализа рисков.

Обоснование данного вывода нами приводилось в процессе идентификации методических проблем оценки экономической безопасности предприятия [7].

Разработку авторской методики оценки управления рисками экономической безопасности предприятия мы определяем задачей дальнейших научных исследований.

Выводы и заключение. Усиление турбулентности бизнес-среды, вызванное аргументированными в настоящей статье причинами актуализации управления рисками экономической безопасности предприятия, определило направленность расширения его методологических основ.

Предложенное в исследовании решение данной проблемы представлено в двух аспектах:

– определении слагаемых процесса формирования предмета управления рисками экономической безопасности предприятия, декомпозированных по критерию подверженности управлению;

– визуализации структуры и взаимосвязи системных компонент управления рисками экономической безопасности предприятия – теоретической, нормативной, технологической, методической – с характеристикой их элементных составляющих.

Список литературы

1. **Бармотина, О. Е.** Классификация рисков предпринимательской деятельности и методы управления ими / О. Е. Бармотина. – Текст : непосредственный // Вестник науки и образования. – 2020. – № 22(100). – Часть 1. – С. 38–42.

2. **Витлинский, П. В.** Анализ бизнес-рисков : методы оценки и пошаговая инструкция / П. В. Витлинский. – URL: https://legal-network.ru/analiz_biznes_riskov/analiz_biznes_riskov_metody_i_otsenki_i_poshagovaya_instruktsiya-i45?ysclid=1e0uk3de3d829249275 (дата обращения: 12.10.2023). – Текст : электронный.

3. **ГОСТ Р ИСО 31000-2019.** Национальный стандарт Российской Федерации. Менеджмент риска. Принципы и руководство. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200170125> (дата обращения: 20.09.2023). – Текст : электронный.

4. **Духанина, Е. В.** Анализ подходов к трактовке понятия риска, его содержания и методов управления / Е. В. Духанина, К. Ю. Кулаков, А. Т. Хаметова // Вестник евразийской науки. – 2022. – Т. 14. – № 1. – URL: <https://esj.today/PDF/26ECVN122.pdf> (дата обращения: 12.02.2023). – Текст : электронный.

5. **Иванова, К. Э.** Эволюция подходов к управлению рисками бизнес-среды /

К. Э. Иванова. – Текст : непосредственный // Вопросы студенческой науки. – 2022. – № 2(66). – С. 108–113.

6. **Киселев, А. А.** Риск-менеджмент и управление рисками: проблемы обоснования сущности понятий как научных категорий теории и практики управления организациями / А. А. Киселев. – Текст : непосредственный // Экономика и бизнес : теория и практика. – 2020. – № 3–1. – С. 82–85.

7. **Клименко, О. И.** Методические проблемы оценки экономической безопасности предприятия / О. И. Клименко, М. В. Сергеев. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 1(98). – С. 9–19.

8. **Николаенко, В. С.** Риск, риск-менеджмент и неопределенность : уточнение понятий / В. С. Николаенко. – Текст : непосредственный // Государственное управление. Электронный вестник. – 2020. – № 81. – С. 91–119.

9. **Павлюкова, А. В.** Риск-менеджмент как основа системы финансовой безопасности организаций юга России / А. В. Павлюкова. – Текст : непосредственный // ЕГИ. – 2020. – № 1(27). – С. 171–173.

10. **Ряховская, А. Н.** Риск-менеджмент – основа устойчивости бизнеса / А. Н. Ряховская. – Москва : Магистр, 2018. – 320 с. – Текст : непосредственный.

11. Семнадцать угроз бизнеса, которыми вы можете управлять. – URL: <https://www.gd.ru/articles/10105-ugrozy-biznesa?ysclid=1e0tqbrcue188669422> (дата обращения: 19.10.2023). – Текст : электронный.

12. **Трофимова, Н. Н.** Современные тенденции корпоративного риск-менеджмента в системе обеспечения экономической устойчивости промышленных предприятий / Н. Н. Трофимова. – Текст :

непосредственный // Управление. – 2020. – Т. 8. – № 2. – С. 30–38.

13. Щербак, С. А. 21 принцип корпоративной безопасности / С. А. Щербак. – URL: https://uprav.ru/blog/21-prinzip-korporativnoy-bezopasnosti/?from=blog_uprav_article&rs=blog_uprav_article (дата обращения: 12.02.2023). – Текст : электронный.

14. Björnsdóttir, S. H., Jensson, P., De Boer, R. J., Thorsteinsson S. E. The Importance of Risk Management : What is Missing in ISO Standards? // Risk Analysis, 2021.

15. Peppers, S. F. Entrepreneurial security : a free-market model for national economic security // Economics and statistics. – 2017. – № 1. – P. 28–36.

ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY RISK MANAGEMENT: METHODOLOGICAL ASPECT

Abstract. The purpose of this study is to develop certain methodological provisions for managing the risks of economic security of an enterprise in terms of the formation of its subject and structuring of interrelated system components (theoretical, normative, technological, methodological) with the characteristics of their elemental components. The study was based on the provisions of the systems approach in the logic of the cause-and-effect relationship of the components of the process of forming the subject of risk management for the economic security of an enterprise and their decomposition according to the criterion of exposure to management with the structure of system management components and the characteristics of their constituent elements. The work implements methods of genetic, morphological, content analysis, risk management, literature review, scientific controversy, logical modeling, graphical visualization, evidence-based argumentation of conclusions. The reasons for updating risk management of an enterprise's economic security in the context of increasing turbulence in the business environment are identified and substantiated. The components of the process of forming the subject of risk management for the economic security of an enterprise are presented, decomposed according to the criterion of exposure to management, divided into uncontrollable (uncertainty of a turbulent business environment and risk factors) and controllable (risks (with specification of their characteristics and signs) and threats to economic security). The structure and interrelation of system components of enterprise economic security risk management (theoretical, normative, technological, methodological) is visualized and their elemental components are characterized.

Keywords: economic security of an enterprise, economic security risks, economic security risk management, subject of management, system components of management.

References

1. Barmotina, O.E. (2020). Klassifikatsiya riskov predprinimatel'skoy deyatel'nosti i metody upravleniya imi [Classification of business risks and methods of managing them]. Vestnik nauki i obrazovaniya [Bulletin of Science and Education]. 22 (100), 1, 38-42.
2. Vitlinskiy, P.V. Analiz biznes-riskov: metody otsenki i poshagovaya instruktsiya [Business risk analysis: assessment methods and step-by-step instructions]. Retrieved from: // https://legal-network.ru/analiz_biznes_riskov/analiz_biznes_riskov_metodyi_otsenki_i_poshagovaya_instruktsiya-i45?ysclid=le0uk3de3d829249275
3. GOST R ISO 31000-2019. Natsional'nyy standart Rossiyskoy Federatsii. Menedzhment riska. Printsipy i rukovodstvo [GOST R ISO 31000-2019. National standard of the Russian Federation. Risk management. Principles and Guidance]. Retrieved from: // <http://docs.cntd.ru/document/1200170125>
4. Dukhanina, E.V., Kulakov, K.Yu., Khametova, A.T. (2022). Analiz podkhodov k traktovke ponyatiya riska, yego soderzhaniya i metodov upravleniya Analysis of approaches to the interpretation of the concept of risk, its content and management methods]. Vestnik yevraziyskoy nauki [Bulletin of Eurasian Science]. 14 (1). Retrieved from: // <https://esj.today/PDF/26ECVN122.pdf>
5. Ivanova, K.E. (2022). Evolyutsiya podkhodov k upravleniyu riskami biznes-sredy [Evolution of approaches to risk management in the business environment].

Voprosy studencheskoy nauki [Questions of Student Science]. 2 (66), 108-113.

6. Kiselev, A.A. (2020). Risk-menedzhment i upravleniye riskami: problemy obosnovaniya sushchnosti ponyatiy kak nauchnykh kategoriy teorii i praktiki upravleniya organizatsiyami [Risk management and risk management: problems of substantiating the essence of concepts as scientific categories of the theory and practice of organizational management]. Ekonomika i biznes: teoriya i praktika [Economics and Business: Theory and Practice]. 3-1, 82-85.

7. Klimenko, O.I., Sergeyev, M.V. (2023). Metodicheskiye problemy otsenki ekonomiceskoy bezopasnosti predpriyatiya [Methodological problems of assessing the economic security of an enterprise]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (98), 9-19.

8. Nikolayenko, V.S. (2020). Risk, risk-menedzhment i neopredelennost': utochneniye ponyatiy [Risk, risk management and uncertainty: clarification of concepts]. Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik [Public administration. Electronic newsletter]. 81, 91-119.

9. Pavlyukova, A.V. (2020). Risk-menedzhment kak osnova sistemy finansovoy bezopasnosti organizatsiy yuga Rossii [Risk management as the basis of the financial security system of

organizations in the south of Russia]. YEGI [EGI]. 1 (27), 171-173.

10. Ryakhovskaya, A.N. (2018). Risk-menedzhment – osnova ustoychivosti biznesa [Risk management is the basis of business sustainability]. M.: Magistr.

11. Semnadtsat' ugroz biznesa, kotorymi vy mozhete upravlyat' [Seventeen business threats you can control]. Retrieved from: // <https://www.gd.ru/articles/10105-ugrozy-biznesa?ysclid=le0tqbpcue188669422>

12. Trofimova, N.N. (2020). Sovremennyye tendentsii korporativnogo risk-menedzhmenta v sisteme obespecheniya ekonomiceskoy ustoychivosti promyshlennykh predpriyatiy [Modern trends in corporate risk management in the system of ensuring the economic sustainability of industrial enterprises]. Upravleniye [Management]. 8 (2), 30-38.

13. Shcherbak, S.A. 21 printsip korporativnoy bezopasnosti [21 principles of corporate security]. Retrieved from: // [https://uprav.ru/blog/21-printsip-korporativnoy-bezopasnosti/?from=blog_uprav_article](https://uprav.ru/blog/21-printsip-korporativnoy-bezopasnosti/?from=blog_uprav_article&rs(blog_uprav_article)

14. Björnsdóttir, S.H., Jensson, P., De Boer, R.J., Thorsteinsson S.E (2021). The Importance of Risk Management: What is Missing in ISO Standards? Risk Analysis.

15. Peppers, S.F. (2017). Entrepreneurial security: a free-market model for national economic security. Economics and Statistics. 1, 28-36.

e-mail: michajambo24@gmail.com

ЭКОНОМИКА ТРУДА И ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 005.95

DOI: 10.21295/2223-5639-2023-6-178-187

Лебедева Ю.В.

Петrozаводский государственный университет, Институт экономики и права, ст. преподаватель кафедры экономической теории и менеджмента

НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЙСТВИЙ ПРИ НАЛИЧИИ ТОКСИЧНЫХ СОТРУДНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Целью исследования является анализ распространенности явления «токсичности», рассмотрение разновидностей токсичного сотрудника, особенностей их поведения и рекомендаций по взаимодействию с ними, а также пояснение выделенных автором направлений действий при взаимодействии с токсичными людьми в компании. Автор статьи применял следующие исследовательские методы: общенаучные (выявление проблем, анализ, сравнение, систематизация, обобщение, выводы); эмпирические (оценка экспертного мнения, изучение опыта); диалектический, системный и комплексный методологические подходы. В статье анализируется распространение «токсичности» среди сотрудников компаний, рассматриваются их характеристики. Известно, что присутствие в коллективе токсичных коллег ведет к появлению нездоровой атмосферы, что может снизить продуктивность трудовой деятельности, провоцировать желание уволиться. Автор статьи предлагает четыре направления действий, направленных на решение проблемы присутствия токсичных сотрудников в коллективе: работа с клиентами, с коллективом, непосредственно с токсичными сотрудниками и работа руководителя по самосовершенствованию навыков успешного управленца. В результате это позволит наладить работу и общение с такими работниками более продуктивно как со стороны руководства, так и со стороны коллег. Также в статье приводятся рекомендации и методы взаимодействия с токсичными работниками.

Ключевые слова: управление персоналом, токсичная среда, токсичные невыносимые сотрудники, атмосфера в коллективе, трудовая дисциплина.

Введение. В последнее время вопросы, связанные с токсичной средой в трудовых коллективах, рассматриваются все чаще. Актуальность этого подчеркивается результатами разных исследований. Например, согласно исследованию, проведенному группой «Ренессанс страхование» и сервисом «Зарплата.ру», примерно 52% россиян из-за токсичной и конфликтной атмосферы в трудовом коллективе покидали место работы хотя бы один раз. 22% из них увольнялись из-за поведения своих коллег более одного раза в течение

трудового периода жизни [3]. Кроме того, наличие в коллективе даже одного токсичного коллеги «приводит к снижению производительности труда всей команды на 30–40%» [7].

В настоящее время источники, исследующие данную проблему, можно разделить на: объясняющие понятие и выявляющие основные признаки и причины токсичности [2, 4, 6, 7, 8, 9]; анализирующие распространенность этого явления [3], [7, 8]; выявляющие типы работников разных степеней проявления девиантного по-

ведения [2]; анализирующие эффективные инструменты минимизации или непосредственного влияния на проявления токсичности [4, 5, 7].

Целью данной статьи является анализ распространенности явления «токсичности», рассмотрение разновидностей токсичного сотрудника, особенностей их поведения и рекомендаций по взаимодействию с ними, а также пояснение выделенных автором направлений действий при взаимодействии с токсичными людьми в компании.

Для достижения поставленной цели был поставлен ряд задач:

- анализ распространенности проявлений токсичности в трудовых коллективах;
- выявление проблем, возникающих из-за присутствия в коллективе токсичного сотрудника;
- выделение типов токсичных работников;
- предложение авторского видения решения проблемы наличия токсичных сотрудников;
- формулировка рекомендаций для минимизации или предотвращения проявлений токсичности в коллективе.

Методы исследования. Автор статьи применял следующие исследовательские методы: общенаучные (выявление проблем, анализ, сравнение, систематизация, обобщение, выводы); эмпирические (оценка экспертного мнения, изучение опыта); диалектический, системный и комплексный методологические подходы.

Результаты исследования. Как правило, токсичными и невыносимыми называют сотрудников, которые не разделяют традиции и ценности организации, не поддерживают корпоративную культуру, своим поведением отравляют микроклимат, демотивируют коллег, снижают эффективность работы коллектива и в целом конкурентоспособность организации. Такое поведение можно назвать девиантным и контрпродуктивным.

Яркими проявлениями некомфортной токсичной среды на рабочем месте в России являются «принуждение к выполнению задач за других сотрудников (47%), внушение чувства вины за своевременный уход с работы (25%) и подталкивание к сомнениям в собственной профтрактичности (21%)» [3].

Также интересны данные исследования Гарвардской школы бизнеса, которое показало, что наличие токсичного работника может привести к издержкам компании около 12500 долларов в год. Также отмечается, что токсичные работники оказывают негативное влияние на коллег, почти половина из которых стали работать с меньшим усердием и намеренно отводили своей работе меньше времени. «38% намеренно снизили качество своей работы. 25 % сотрудников, с которыми обращались неучтиво, признались, что вымешали свое разочарование на клиентах» [9].

Надо отметить, что в жизни токсичные люди могут быть очень даже добрыми и порядочными, они могут заниматься благотворительностью, оказывать помощь нуждающимся. Но в общении они часто невыносимы, не могут или не хотят контролировать свое поведение, не считаются с чувствами окружающих.

Среди причин токсичности человека выделяют обиду, зависть, несоответствие ожиданиям и разочарование при приходе в компанию, желание привлечь внимание, недостаток компетенции при решении задачи, отсутствие обратной связи с руководителем и коллективом, личностные особенности [4].

Указанные причины ведут к следующим формам токсичного поведения: негативное отношение к компании, постоянное недовольство, сплетни, манипуляции, уход от ответственности, обман, проявления эгоизма, превосходства и агрессии, излишнее проявление самоуверенности, психологическое насилие, противостояние с руководителем и сослуживцами, умыш-

ленное неисполнение профессиональных обязанностей и подстрекательство к этому коллег, расходование рабочего времени в корыстных целях, фальсификации документов и мошенничество, распространение негативной информации, наносящей ущерб репутации руководителя, персонала и клиентов компании. При этом отметим, что в одном человеке могут проявляться различные черты токсичности.

Заметим, что российские эксперты говорят о необходимости разделять просто трудных неудобных работников от действительно токсичных. «Квалифицированный специалист, принципиально и открыто отстаивающий свое мнение, исходя из правильного понимания интересов компании, – это типично трудный работник. ... Другое дело, когда работник в силу своего личностного негативизма постоянно ставит под сомнение все исходящие от руководителя инициативы, – это и есть токсичное поведение. ... Не все трудные работники токсичны, хотя все токсичные, безусловно, трудны» [6].

Российские эксперты выделяют следующие типы работников, склонных к отклоняющемуся поведению: 1) работники с неустойчивым стереотипом девиантного поведения (изредка могут нарушать дисциплину из-за невоспитанности и социально-культурной незрелости); 2) работники со стойким стереотипом девиантного поведения (часто нарушают дисциплину, как правило, из-за нервно-психической неустойчивости); 3) работники с неадекватной реакцией на любые управленческие воздействия со стороны руководителя или коллег (часто и сознательно нарушают дисциплину также из-за нервно-психической неустойчивости или болезни). Эксперты также обращают внимание, что управление персоналом в коллективах с токсичными невыносимыми работниками должно быть систематическим, направленным на «перевоспитание» таких сотрудников,

т.к. существует риск перехода неустойчивых стереотипов девиантного поведения в стойкие модели поведения с неадекватной реакцией на любые воздействия [2, 7].

Где же чаще всего встречаются токсичные, невыносимые сотрудники? Интересными представляются исследования И.А. Эсауловой и Н.И. Нагибиной. «Наличие наибольшего количества «токсичного» персонала ... отмечено на предприятиях оптовой и розничной торговли. ... Такая же ситуация отмечается в службах такси и клининговых компаниях ...» [7]. Также авторы исследования отметили, что «низкий уровень токсичности отмечался на крупных предприятиях с сильной кадровой политикой» [7].

Далее графически представим свое видение разбора данной проблемы (рис.).

По нашему мнению, основная роль в разрешении ситуации с токсичными сотрудниками в организации должна отводиться руководителю. Руководитель здесь может сам напрямую заниматься всеми вопросами гуманизации труда, а может делегировать эти обязанности своим подчиненным. Считаем, что работу в данной ситуации целесообразно проводить по четырем направлениям:

- 1) с клиентами компании;
- 2) с персоналом компании;
- 3) непосредственно с токсичными сотрудниками;
- 4) освоение управленческих на-
выков руководителем как эффективного
управленца.

Решая проблему токсичности в организации, руководитель может выступать как инициатором необходимых мероприятий, так и получателем определенной пользы и выгоды от их реализации. Все четыре указанные направления тесно взаимосвязаны, представляют собой определенную систему, организуя работу которой, руководитель может усилить синергию персонала.



Рис. Направления деятельности при наличии токсичных работников в организации

Выделяя отдельно работу с клиентами компании, руководитель может усилить ориентацию компании на клиентоориентированность. Но среди клиентов могут оказаться по-настоящему токсичные (ведут к потерям прибыли компании), а не просто трудные клиенты. Здесь придется для взаимодействия с такими клиентами выделять особо стрессоустойчивых сотрудников, обученных навыкам общения с ними, чтобы этого клиента не потерять и чтобы по итогу у него осталось чувство удовлетворения от совместных действий. Это достаточно важно, ведь от мнения клиентов во многом зависит репутация компании.

Известно, что по правилу Парето 80 % прибыли приносят 20 % клиентов. «Но не следует забывать другое мудрое правило, продолжение первого: 60 % полученной прибыли от выгодных клиентов тратится на поддержание отношений с невыгодными клиентами!» [1, с. 170]. Этими невыгодными клиентами могут оказаться клиенты с нетерпимым, токсичным поведением, приводящим к тяжелым для компании последствиям (рост стрессовой нагрузки на персонал, ухудшение самочувствия, текучесть кадров, возникающие из-

за этого издержки и др.). Поэтому важно учить персонал адекватным реакциям при встречах с токсичными клиентами. Ведь в плане заключаемых с ними договоров и получаемой прибыли они могут оказаться очень даже выгодными.

Налаживая отношения с клиентами и партнерами компании, руководитель способствует получению ею большей прибыли. Он заинтересован в налаживании долгосрочных взаимоотношений, в первую очередь с особенно выгодными клиентами и партнерами. И здесь надо также отслеживать выстраивание взаимоотношений между персоналом компании и ее клиентами, чтобы токсичное поведение сотрудника не оттолкнуло клиента и впоследствии не спровоцировало потерю конкурентоспособности компании.

Конечно, кроме налаживания и поддержания отношений с партнерами, руководитель обязан выстраивать систему взаимоотношений в коллективе, гуманизируя условия труда работников своей компании.

Нельзя не согласиться с экспертами в том, что еще на стадии отбора кандидатов на занятие вакансии в компании необходимо проводить работу по отсеву пре-

тентентов с признаками токсичности, что впоследствии снизит трудозатраты руководителя по оздоровлению атмосферы коллектива. Для чего могут использоваться, например, психологические тесты, анкеты, изучение характеристик с прежнего места работы, сбор информации напрямую от прежних работодателей, анализ информации из социальных сетей и др. Претенденты на должность должны соответствовать организационной культуре и основным ценностям организации.

Согласно исследованию отечественных ученых, российские руководители при решении проблем с токсичной средой часто прибегают к наблюдению и контролю за персоналом с целью выявления ее проявлений. И практически всеми руководителями организационная культура рассматривается как успешный механизм влияния на персонал (в 96 % случаев) [7]. В связи с этим можно рекомендовать внедрение программы формирования эффективной организационной культуры, которая должна состоять из следующих мероприятий: «формирование системы нестандартной мотивации; введение рациональной системы культурной адаптации новых сотрудников; постоянное проведение мероприятий для развития и укрепления сплоченности коллектива» [5].

Чаще всего в литературе руководителю в коллективах с выявленными случаями токсичного поведения у подчиненных для предотвращения или минимизации проявления контрпродуктивного поведения, рекомендуется проводить следующее:

- анализ корпоративной культуры, сложившихся условий, стиля управления (например, через опрос подчиненных), впоследствии с напоминанием персоналу о традициях и ценностях организации, которые необходимо поддерживать;

- обсуждение вопросов производительности труда и эффективного управления, впоследствии с отслеживанием их динамики;

- проведение тренингов на атракцию;
- приглашение экспертов (лекторов, психотерапевтов и т.д.);
- сплочение коллектива инструментами, рекомендованными для командообразования;
- совершенствование конструктивных коммуникативных навыков;
- четкое установление правил поведения в организации, регламентирующих межличностные отношения;
- четкое описание производственных операций на рабочем месте и назначение ответственных за них;
- внедрение оценки труда с помощью информационных технологий без влияния человеческого фактора (например, системы мониторинга рабочего времени), которые не учитывают психотип работника, а оценивают его производительность;
- загрузка коллектива работой в течение всего рабочего дня, чтобы на деструктив не оставалось времени;
- разработка системы санкций за невыполнение правил.

Значимость указанной системы мер подчеркивается данными исследования, в ходе которого выяснилось, что в отдельных трудовых коллективах число токсичных сотрудников может доходить до 15 % [7]. Т.е. рассматриваемая проблема действительно является актуальной для некоторых предприятий, где токсичным может оказаться практически каждый шестой сотрудник. О осуществление руководства таким коллективом, налаживание трудовой дисциплины, создание благоприятной атмосферы достаточно затруднительно, так как токсичные сотрудники создают непереносимую, деструктивную среду, негативно влияющую на производительность всего коллектива.

Третьим вероятным направлением действий, как мы указали, может быть влияние непосредственно на токсичных сотрудников.

При взаимодействии с токсичными коллегами можно посоветовать, в первую очередь, свести к минимуму общение с ними. Также можно донести непосредственно до их сведения, что именно не нравится, не устраивает в их поведении. Комментировать надо именно поведение, а не черты характера. Если разговор напрямую с токсичным работником не помог, то затем можно обращаться для урегулирования ситуации к непосредственному начальнику или сотруднику отдела кадров или отдела управления человеческими ресурсами. Но здесь надо понимать, что существует риск превращения конфликта в более острый, так как людям обычно не нравится, когда им указывают на их изъяны.

В связи с этим приведем общую рекомендацию для любой организации при управлении персоналом: введение теста на своевременное выявление невыносимых коллег. Этот тест должен содержать вопросы о том, насколько сотруднику комфортно общаться с сослуживцами, может ли он легко позвонить конкретным коллегам, может ли он попросить коллег о помощи, которая не связана с их основными обязанностями. Считается, если проводить такие тесты каждые 2–3 месяца, то выявление невыносимых токсичных сотрудников будет своевременным.

Также интересным является «метод желтых карточек», которым поделилась В. Коппек [4]. Он заключается в том, что у каждого сотрудника есть именные карточки, где указано, что не следует делать на работе (допустим, оскорблять, высмеивать, кричать на коллег и т. д.). Если кто-то нарушил эти правила, то ему могут показать желтую карточку и потом сдать ее сотрудникам, которые ведут их учет. За моральный ущерб пострадавшему коллеге может быть выплачена компенсация из зарплаты нарушившего правила. Такие карточки будут способствовать обнаружению нарушителей и помогать вести динамику проявления токсичности.

Чтобы попытаться «перевоспитать» токсичного работника, можно попробовать найти что-то, имеющее особую значимость для него, пока он принадлежит своей организации, и то, что жалко будет потерять. Здесь можно дать понять работнику, если он не скорректирует свое поведение, то будет уволен и потеряет это значимое для него (например, удобный график работы или возможность использования оборудования организации в личных целях) место.

Токсичные сотрудники могут быть и полезны для своей организации, например, М. Хаусман и Д. Минор считают, «что токсичные работники гораздо более продуктивны, чем среднестатистический работник» [8, с. 3]. Но также следует учитьывать, что, «хотя токсичные работники работают быстрее среднестатистического работника, они не обязательно более продуктивны с точки зрения качества» [8, с. 19]. Кроме того, токсичные работники часто открыто высказывают свое мнение о проявившихся проблемах, что может учитьваться руководством в дальнейшей работе. Поэтому не стоит проявлять спешку в расставании с токсичным сотрудником. Лучше сначала попробовать его «перевоспитать».

Кстати, уволить токсичного невыносимого сотрудника по инициативе руководства можно, если в организации официально принят кодекс корпоративной этики, а этот сотрудник его не соблюдает. Но за первое нарушение сначала можно объявить выговор. И все-таки «примерно 1 из 20 работников в конечном счете увольняется как токсичный работник» [8, с. 12].

В контексте вышесказанного считаем, что реализация четвертого указанного нами направления воздействия на токсичных сотрудников заключается в самосовершенствовании навыков эффективного руководителя. Ведь умение управлять трудными сотрудниками является также ключевой компетенцией руководителя.

Ведь почти 18 % своего рабочего времени руководитель отводит разбору межличностных конфликтов в коллективе [6].

Воплощение вышеуказанных мер несет руководителю определенные выгоды, прежде всего как профессионалу, так как, внедряя различные меры воздействия на коллектив, повышающие качество трудовой жизни, работая с токсичными сотрудниками и партнерами, руководитель приобретает опыт, обогащается профессионально и реализуется как успешный управленец. Ну и, кроме того, в коллективе решаются проблемы токсичности.

Выводы и заключение. На основании вышеизложенного можно заключить, что проблема токсичных сотрудников достаточно актуальна. Своим некорректным поведением такие сотрудники вызывают негативные реакции коллег и в целом приводят к снижению производительности и потере конкурентоспособности организации.

Проблема наличия токсичных, невыносимых сотрудников в коллективе не должна оставаться без внимания, работа по решению рассматриваемой проблемы должна вестись систематически, так как это позволит снизить издержки компании, вызываемые токсичной средой (из-за снижения работоспособности, потерю рабочего времени, текучки кадров). Предлагаемый автором подход позволяет выделить несколько направлений действий, в рамках которых можно планировать и параллельно реализовывать рекомендуемые мероприятия в условиях проявления токсичности.

Надо помнить, что наличие токсичного сотрудника, несмотря на его контрпродуктивное поведение, можно с пользой использовать в работе с коллективом. Это можно рассматривать как возможность профессионального роста для руководителя, так как может служить поводом для более тщательного анализа бизнес-процессов, для усиления работы по командообра-

зованию и открытого обсуждения проблем, а также для формирования корпоративной культуры.

Список литературы

1. Авдыев, М. А. Конфликт и эффективные отношения с клиентами / М. А. Авдыев. – Текст : непосредственный // ЭКО. – 2003. – № 6. – С. 166–171. – ISSN 0131-7652.
2. Андруник, А. П. Классификация типов поведения (стереотипы проявления) / А. П. Андруник // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 3–2(54). – С. 62–66. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-tipov-povedeniya-stereotipy-proyavleniya> (дата обращения: 10.10.2023). – Текст : электронный.
3. Мамиконян, О. Больше половины россиян меняли работу из-за токсичной атмосферы / О. Мамиконян. – 2023. – URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/497751-bol-se-poloviny-rossian-menali-rabotu-iz-za-toksicnoj-atmosfery> (дата обращения: 06.10.2023). – Текст : электронный.
4. Руденко, А. Токсичные коллеги и руководители – как с ними работать? Советы Вероники Коппек / А. Руденко. – URL: <https://probusiness.io/management/8442-toksichnye-kollegi-i-rukovoditeli-kak-s-nimi-rabotat-sovety-veroniki-koppek.html> (дата обращения: 09.10.2023). – Текст : электронный.
5. Федоров, В. М. Токсичный персонал: сущность и особенности управления / В. М. Федоров, Н. А. Кулик // Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы : материалы V Всероссийской научно-практической конференции (20–22 ноября 2018 г.) / под общей редакцией А. С. Полынского. – Омск : Омский государственный технический университет, 2019. – С. 54–56. – URL: <https://www.omgtu.ru/general-information/institutes/institute-of-design->

-
- and-technology/the-art-technological-faculty/department-of-designing-and-technology-of-products-of-light-industry/news/Сборник%20Экономика%20сфера%20сервиса.%20проблемы%20и%20перспективы%202018.pdf#page=54 (дата обращения: 13.10.2023). – Текст : электронный.
6. **Цветков, Ю. А.** Дилемма доктора Хаяса в управлении наймом и увольнении талантов / Ю. А. Цветков // Управленец. – 2019. – Т. 10. – № 1. – С. 78–85. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_37050925_77650735.pdf (дата обращения: 19.10.2023). – Текст : электронный.
7. **Эсаурова, И. А.** «Токсичный» персонал: проблемы и методы управления / И. А. Эсаурова, Н. И. Нагибина // Управленец. – 2017. – № 5(69). – С. 58–71. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/toksichnyy-personal-problemy-i-metody-upravleniya> (дата обращения: 06.10.2023). – Текст : электронный.
8. **Housman, M., Minor, D.** Toxic Workers // Harvard Business School. 2015. Working Paper 16-057. – URL: www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/16-057_d45c0b4f-fa19-49de-8f1b-4b12fe054fea.pdf (дата обращения: 13.10.2023).
9. **Levin, M.** Harvard Research Proves Toxic Employees Destroy Your Culture and Your Bottom Line // Inc. 2018. – URL: <https://www.inc.com/marissa-levin/harvard-research-proves-toxic-employees-destroy-your-culture-your-bottom-line.html> (дата обращения: 18.10.2023).

DIRECTIONS FOR ACTION IN THE PRESENCE OF TOXIC EMPLOYEES IN THE ORGANIZATION

Abstract. The purpose of the study is to analyze the prevalence of the phenomenon of “toxicity”, consider the types of toxic employees, the characteristics of their behavior and recommendations for interacting with them, as well as explain the directions of action identified by the author when interacting with toxic people in the company. The author of the article used the following research methods: general scientific (identification of problems, analysis, comparison, systematization, generalization, conclusions); empirical (evaluation of expert opinion, study of experience); dialectical, systemic and complex methodological approaches. The article analyzes the spread of “toxicity” among company employees and examines their characteristics. It is known that the presence of toxic colleagues in a team leads to an unhealthy atmosphere, which can reduce productivity and provoke a desire to quit. The author of the article proposes four areas of action aimed at solving the problem of the presence of toxic employees in the team: working with clients, with the team, directly with toxic employees, and the work of the manager in self-improvement of the skills of a successful manager. As a result, this will allow for more productive work and communication with such employees, both from management and from colleagues. The article also provides recommendations and methods for interacting with toxic employees.

Keywords: personnel management, toxic environment, toxic unbearable employees, team atmosphere, labor discipline.

References

1. Avdyyev, M.A.]. (2003). Konflikt i effektivnyye otnosheniya s kliyentami [Conflict and effective relationships with clients]. EKO [ECO]. 6, 166-171. ISSN 0131-7652.
2. Andrunik, A.P. (2021). Klassifikatsiya tipov povedeniya (stereotipy proyavleniya) [Classification of types of behavior (stereotypes of manifestation)]. Mezhdunarodnyy zhurnal gumanitarnykh i yestestvennykh nauk [International Journal of Humanities and Sciences]. 3-2 (54), 62-66. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-tipov-povedeniya-stereotipy-proyavleniya>
3. Mamikonyan, O. (2023). Bol'she poloviny rossiyan menyali rabotu iz-za toksichnoy atmosfery [More than half of Russians changed jobs due to a toxic atmosphere]. Retrieved from: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/497751-bol-se-poloviny-rossian-menali-rabotu-iz-zatoksicnoj-atmosfery>
4. Rudenko, A. Toksichnyye kollegi i rukovoditeli - kak s nimi rabotat? Sovety Veroniki Koppek [Toxic colleagues and managers - how to work with them? Advice from Veronica Koppek]. Retrieved from: <https://probusiness.io/management/8442-toksichnye-kollegi-i-rukovoditeli-kak-s-nimi-rabotat-sovety-veroniki-koppek.html>
5. Fedorov, V.M., Kulik, N.A. (2019). Toksichnyy personal: sushchnost' i osobennosti upravleniya [Toxic personnel: essence and features of management]. Ekonomika sfery servisa: problemy i perspektivy [Economics of the service sector: problems and prospects]. Omsk. P. 54-56. Retrieved from: https://www.omgtu.ru/general_information/institutes/institute-of

design-and-technology/the-art-technological-faculty/department-of-designing-and-technology-of-products-of-light-industry/news/Сборник%20Экономика%20сфераы%20сервиса.%20проблемы%20и%20перспективы%202018.pdf#page=54

6. Tsvetkov, Yu.A. (2019). Dilemma doktora Khausa v upravlenii naymom i uvol'nenii talantov [House's dilemma in managing talent hiring and firing]. Upravlenets [Manager]. 10 (1), 78-85. Retrieved from: https://elibrary.ru/download/elibrary_37050925_77650735.pdf

7. Esaulova, I.A., Nagibina, N.I. (2017). «Toksichnyy» personal: problemy i metody upravleniya [“Toxic” personnel: problems

and management methods]. Upravlenets [Manager]. 5 (69), 58-71. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/toksichnyy-personal-problemy-i-metody-upravleniya>

8. Housman, M., Minor, D. (2015). Toxic Workers. Harvard Business School. Working Paper 16-057. Retrieved from: www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/16-057_d45c0b4f-fa19-49de-8f1b-4b12fe054fea.pdf

9. Levin, M. Harvard Research Proves Toxic Employees Destroy Your Culture and Your Bottom Line. Inc. 2018. Retrieved from: <https://www.inc.com/marissa-levin/harvard-research-proves-toxic-employees-destroy-your-culture-your-bottom-line.html>

e-mail: julli@psu.karelia.ru

МАРКЕТИНГ, КОММЕРЦИЯ И ЛОГИСТИКА

УДК 005.8:351/354

DOI: 10.21295/2223-5639-2023-6-188-204

Роздольская И.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой маркетинга и менеджмента

Ледовская М.Е.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента

Роздольский Д.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

ПРОАКТИВНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ МАРКЕТИНГОВО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ СФЕРЫ В НОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье представлена значимость исследования сущностных сторон развития проактивной управленческой деятельности, реализуемой посредством маркетингово-управленческих возможностей в процессе управления проектами в организациях государственной и муниципальной сферы. Целью исследования является изучение содержания и специфических особенностей проактивной направленности в процессе выявления маркетингово-управленческих возможностей, которые необходимо учитывать в процессе реализации проектного управления в организациях государственной и муниципальной сферы. Исследование строилось на комбинации общих и специальных методов, в том числе системного подхода. Результаты были получены на основе приемов и методов классификации, обобщения, сравнения, методах информационного поиска, обзора литературных источников, теоретического обобщения и систематизации, абстракции. Обоснована ключевая роль проактивного менеджмента, обеспечивающего качественный формат эффективного управления в режиме реального времени. Доказывается, что разработанные методология и технологии проактивного управления в процессе функционирования организаций получили широкую практическую реализацию в различных предметных областях, в том числе в организациях государственного и муниципального управления. Обращено внимание на менеджмент возможностей, маркетингово-управленческие возможности. Отмечается большое значение проектной методологии для эффективного развития организаций государственной и муниципальной сферы. Представлена контрактная стратегия как один из ключевых инструментов успешного управления проектами.

Ключевые слова: проактивность, признаки проактивной деятельности, проактивный менеджмент, проактивный подход, инструменты проактивности, проактивная компания, проактивное поведение, менеджмент возможностей, маркетинговые возможности организаций, контрактный менеджмент, управление проектами.

Введение. Обращая внимание на эффективность работы организаций, отметим, что в немалой степени она определяется активностью деятельности ее руководителей.

Известно, что активность можно разделить на две категории:

– реактивность, под которой понимают действия, осуществляемые в ответ на внешние обстоятельства, как реакцию на них;

– проактивность, под которой понимают действия, осуществляемые на основе разумных соображений о том, какой должна быть реакция на те или иные обстоятельства, а также действия, направленные на упреждение негативных и создание необходимых обстоятельств.

В условиях экономики новой реальности руководящему составу организаций необходимо использовать новые подходы к процессу управления.

Одним из подходов, обеспечивающим качественный формат эффективного управления в режиме реального времени, на наш взгляд, можно назвать проактивный менеджмент. С позиций содержательной составляющей данный вид менеджмента ориентирован на формирование саморазвивающейся организации, способной изучать себя, окружающую среду и изменяться в определенном направлении, чтобы обеспечить упреждающее развитие.

Возникновение представлений о проактивности, а также управленические аспекты данной категории отражены в работах И.К. Адизеса, Н.С. Бушуева, В.А. Лапидуса, С. Кови [6], А.И. Пригожина, В. Франкла и др.

Обратим внимание на проактивность с позиций управленической ценности, совмещающую в себе активность, самостоятельность, ответственность, мобильность, устремленность вперед, самоиницируемость и др.

Рабочая гипотеза исследования состоит в том, что проактивная направлен-

ность помогает расставлять приоритеты и не поддаваться импульсивным реакциям, в том числе при реализации маркетингово-управленческих возможностей в процессе управления проектами в организациях, ее следует рассматривать как один из действенных механизмов повышения эффективности организаций.

Целью исследования является изучение содержания и специфических особенностей проактивной направленности в процессе выявления маркетингово-управленческих возможностей, которые необходимо учитывать в процессе реализации проектного управления в организациях государственной и муниципальной сферы.

Объективный анализ современных проблем показывает необходимость критического осмыслиния и дальнейшей проработки исследования проактивной направленности маркетингово-управленческих возможностей в процессе управления проектами в организациях государственной и муниципальной сферы на современном этапе.

Методы исследования. Проведение исследования по заявленной проблематике строилось на комбинации общих и специальных методов, в том числе системного подхода. Результаты исследования были получены на основе методов обобщения и систематизации, сравнения, информационного поиска.

В качестве научной базы были использованы труды отечественных и зарубежных ученых в области проактивной направленности маркетингово-управленческих возможностей в процессе управления проектами в организациях преимущественно государственной и муниципальной сферы.

Результаты исследования. Очевидно, что для относительно полного описания исследуемой проблематики необходима детальная проработка предметной области.

Рассматривая теоретические основы заявленных аспектов, уточним, что понятие «проактивность» носит междисциплинарный характер и имеет довольно широкое распространение в различных науках, что собственно и объясняет множество ее трактовок.

В контексте избранной тематики отметим, что сегодня идея о проактивности, наряду с использованием в менеджменте, экономике, психологии, управлении персоналом, педагогике, информационных технологиях и т.д., получает распространение и в сфере государственного и муниципального управления.

С учетом вышеизложенного отметим, что внедрение проактивных форм деятельности, перевод всех ключевых государственных услуг именно в проактивный формат выступает одним из трендов в развитии государственного и муниципального управления.

В содержательном аспекте проактивность, как многоуровневый феномен, представляет собой заранее предпринимаемые действия, которые направлены на снижение риска в будущем.

Выделяют исполнительскую и стратегическую проактивность. Исполнительская проактивность представляет собой самостоятельное решение текущих тактических проблем. Другой вид проактивности связан с осуществлением стратегических действий на более длительный период, умением и готовностью самостоятельно ставить новые цели и находить эффективные пути их достижения.

К числу основных признаков проактивной деятельности, которые определенным образом описывают или оказывают влияние на объект, относятся: опережающий характер, инициативность, самостоятельный характер субъекта деятельности и пр.

Для выполнения определенных задач или работы в части проактивности к

их инструментам можно отнести весь арсенал инструментов и способов, который направлен на предупреждение возможной проблемы, а в случае возникновения – быстрого ее решения. В инструментарий проактивности также входят навыки менеджера: методы и способы организации, прогнозирование, тайм-менеджмент, экспертиза в области профессиональной деятельности и пр.

Методологической основой осуществления проактивности выступает одноименный проактивный подход, суть которого состоит в постоянной оптимизации процессов на основе актуальных данных, повышении вероятности успешной деятельности организации.

Обозначенный подход находит свое эффективное применение в системе маркетинга организации, внедряется в производстве, в управлении расходами, во взаимодействии с внешней средой и пр. [2].

Вместе с тем следует отметить, что в разных сферах деятельности внедрение проактивного подхода имеет свои отличительные признаки.

Проактивная организация, о которой речь пойдет далее, основывается на применении в своей деятельности принципов проактивного подхода, в числе которых выделяют такие, как: предусмотреть, предотвратить, достигнуть запланированных результатов. Продолжая акцентировать внимание на проактивной организации, отметим, что она обычно имеет четко поставленные цели, взвешенно сформулированную миссию, эффективно работающие принципы и довольно гибкую структуру (рис. 1). Процесс проактивного управления в такой организации учитывает признание ошибок, проведение анализа по их устранению, свободу выбора, способность к самообучению, корпоративную культуру и перманентное обучение персонала.

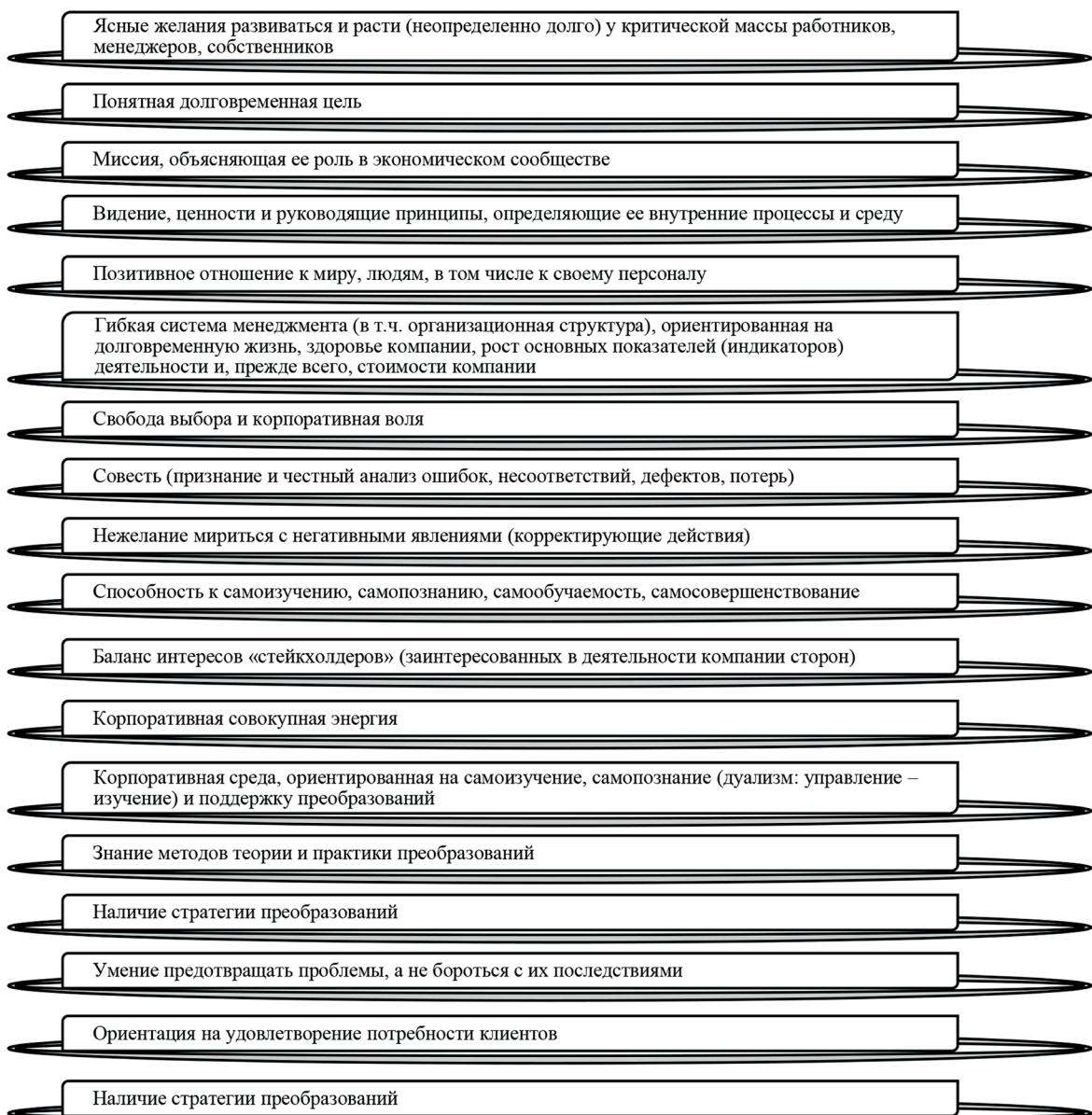


Рис. 1. Характерные черты проактивной компании

Как показывают лучшие мировые практики, компании, ориентированные на проактивность, более успешны по сравнению с компаниями, функционирующими как реактивные. Это и объясняет актуальность и значимость исследования проактивного менеджмента и поиска путей его внедрения в условиях российской действительности. В связи с вышеизложенным отметим, что приоритетным направлением

для отечественных организаций должен стать переход от реактивного управления к проактивному.

Как показывает практика, в настоящее время принципы проактивности, о которых мы писали ранее, быстро распространяются и в различных областях государственного и муниципального управления [3, 8] (рис. 2).

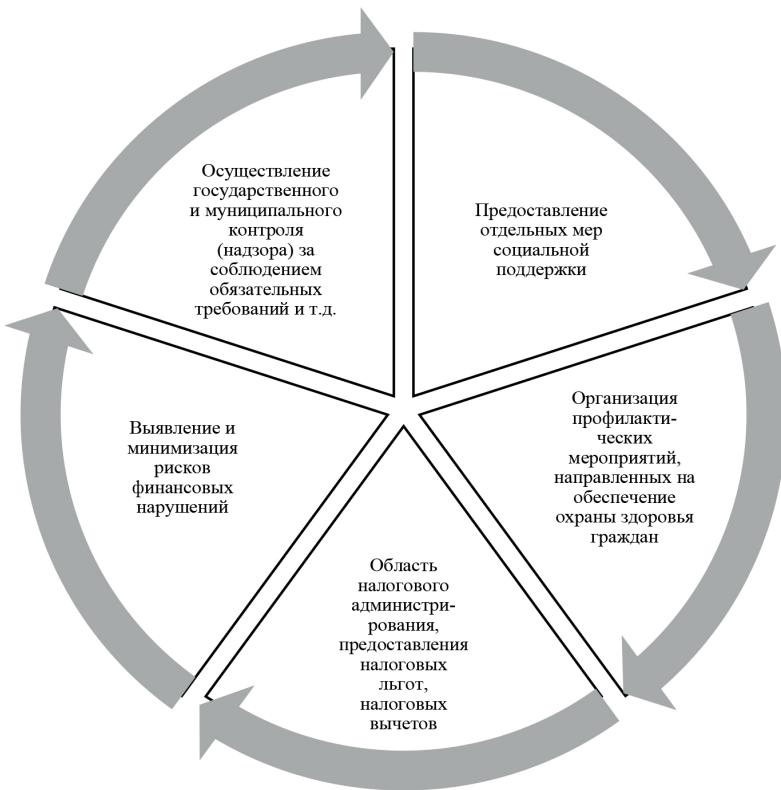


Рис. 2. Области государственного управления, в которых распространяются принципы проактивности

Уточняя, что проактивный – значит успешный, проактивное правительство, которое заинтересовано в ускоренной разработке и внедрении инноваций, относится к основным трендам развития мирового рынка GovTech как инструменту реализации стратегий цифровой трансформации в государственном секторе.

В отношении органов государственной власти определение проактивного менеджмента, рассмотренное нами ранее, является вполне приемлемым, поскольку у органов власти имеются клиенты, в числе которых население и бизнес, потребности которых необходимо прежде всего выявлять, изучать и затем ориентировать деятельность на их удовлетворение.

Для развития проактивности, которая, по мнению Д.В. Ньюстром и К. Дэвиса, представляет собой «предвидение событий, инициирование перемен, стремление «держать в своих руках» судьбу организа-

ции» [11], важно осознать то, что руководитель организации несомненно должен быть проактивным, что способствует, на наш взгляд, успешному осуществлению качественного подхода к новой системе управления.

В качестве основы проактивности отметим амбиции, которые в большей своей части позволяют персоналу продвигаться в карьерном развитии. В данном контексте уместно прокомментировать, что быть проактивным – это значит действовать, а не быть объектом воздействия.

Отметим, что проактивность можно и нужно развивать. В связи с этим обратим внимание на проактивное управление, одна из целей которого направлена на предотвращение возникновения проблем. Целью же реактивного управления является своевременная реакция на существующие в организации проблемы и разработка мероприятий, не допускающих их повторения.

Отметим, что в каждом конкретном случае – будь то проактивное управление изменениями, проблемами, ресурсами, продажами и т.д. – применяются определенные инструменты для предупреждения

сбоев, эффективного решения задач, выполнения обязательств.

Проактивное управление имеет целый ряд преимуществ (рис. 3).

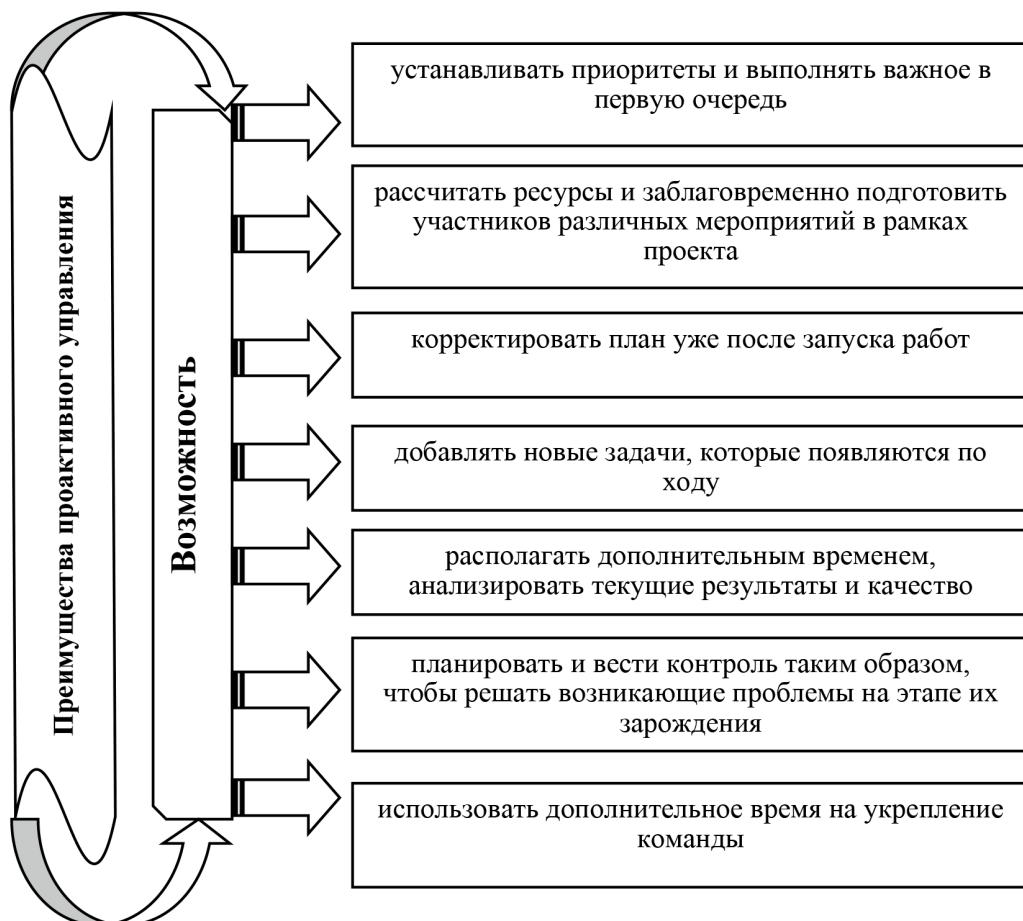


Рис. 3. Преимущества проактивного управления

Для реализации проактивного управления организаций в своей социально-экономической деятельности успешно используют различные методики, в числе основных можно выделить такие, как: бюджетирование, реинжиниринг бизнес-процессов, ключевые показатели деятельности, сбалансированную систему показателей деятельности предприятия и др. [14].

Определение состава команды важно для любого предприятия. Не менее важно это и для проактивного управления. Состав команды должен быть лоялен при

внесении изменений в правила и непосредственно корректировку плана работы.

Учитывая, что основой проактивного управления является признание и анализ ошибок, обратим внимание на проактивный контроль, объектом которого является организация и внешняя среда, в которой функционирует предприятие [4].

Особый интерес для проактивного управления представляют бережливое производство и Six Sigma [5].

Эффект от внедрения в организации проактивного управления очевиден.

Однако данный вид управления, несмотря на все свои преимущества, на которые мы обращали внимание ранее в статье, не является единственным верным способом управления. В некоторых случаях необходимо наравне с внедрением проактивного менеджмента сохранить и методы реактивного управления. Речь идет о соблюдении баланса между проактивностью и реактивностью в плане затрат ресурсов.

Ключевой темой топ-менеджмента ввиду стратегического значения должен стать менеджмент возможностей, функция которого заключается в улучшении знаний о возникающих шансах, выявлении подходящих шансов, превращении их в благоприятные возможности.

В специализированной литературе изложено множество различных подходов и толкований понятия «возможности» и методов управления ими.

Для эффективного управления возможностями следует создать функциональную команду или подразделение, в которой определить роли, полномочия и ответственность, обеспечить внедрение соответствующих систем управления и мотивации.

Реализация возможностей требует определенных человеческих, финансовых, временных, информационных ресурсов, которые должны окупиться от осуществления возможности.

Оценивать и выбирать возможности руководству позволяет такая структура, как воронка управления возможностями – процесс, при котором многие возможности открываются заранее, а в конце воронки принимается меньше инвестиционных решений.

Цель воронки управления возможностями состоит в том, чтобы устранить слабые идеи до того, как они поглотят чрезмерные ресурсы, позволяя сильным идеям выбирать процесс.

Воронка пропускает широчайший спектр возможностей и обеспечивает пред-

ставительство всех приоритетных секторов.

Таким образом, управление возможностями, представляющее собой совместный подход к экономическому и деловому развитию, может привести к интересным и мотивирующим проектам, которые помогают улучшить командную работу.

В контексте нашего исследования рассмотрим маркетинговые возможности, представляющие собой наличие путей развития организации, следуя которым она может получить преимущества в конкурентной среде.

Исследование этой составляющей позволяет принимать взвешенные маркетинговые решения и наилучшим образом планировать их реализацию [9].

Маркетинговые возможности организации – это довольно сложная система сложившихся отношений определенной сферы производства, потребительских благ и потенциальных ресурсов по их распределению с целью получения прибыли [17]. Данную категорию целесообразно рассматривать как с рыночных и конкурентных позиций, так и с социально-правовой стороны.

Диагностика маркетинговых возможностей выступает необходимым условием и предпосылкой для эффективного принятия маркетинговых решений, планирования действий по поводу их внедрения в практическую жизнь организации и служит в качестве основы для определения стратегии развития, способствует предвидению изменяющейся среды рынка, изменяющихся благоприятных и неблагоприятных условий внешней среды с целью внедрения к ним потенциальных возможностей организации для удовлетворения нужд рынка потребления и получения прибыли (рис. 4) [13].

Помимо известных и часто используемых методов анализа маркетинговых возможностей (сituационный анализ, система STEP-анализа, система SWOT-ана-

лиза, система GAP-анализа) существует универсальный подход к оценке данных возможностей, который выявляет риски и опасности организации относительно конкурентов и показывает возможные перспективы развития. При проведении анализа маркетинговых возможностей орга-

низации исследуют два критерия: характер рынка и его величину.

Предикторами проактивного поведения выступают доверие и автономия на рабочем месте.

Сегодня как никогда востребованы проектные подходы (рис. 5).

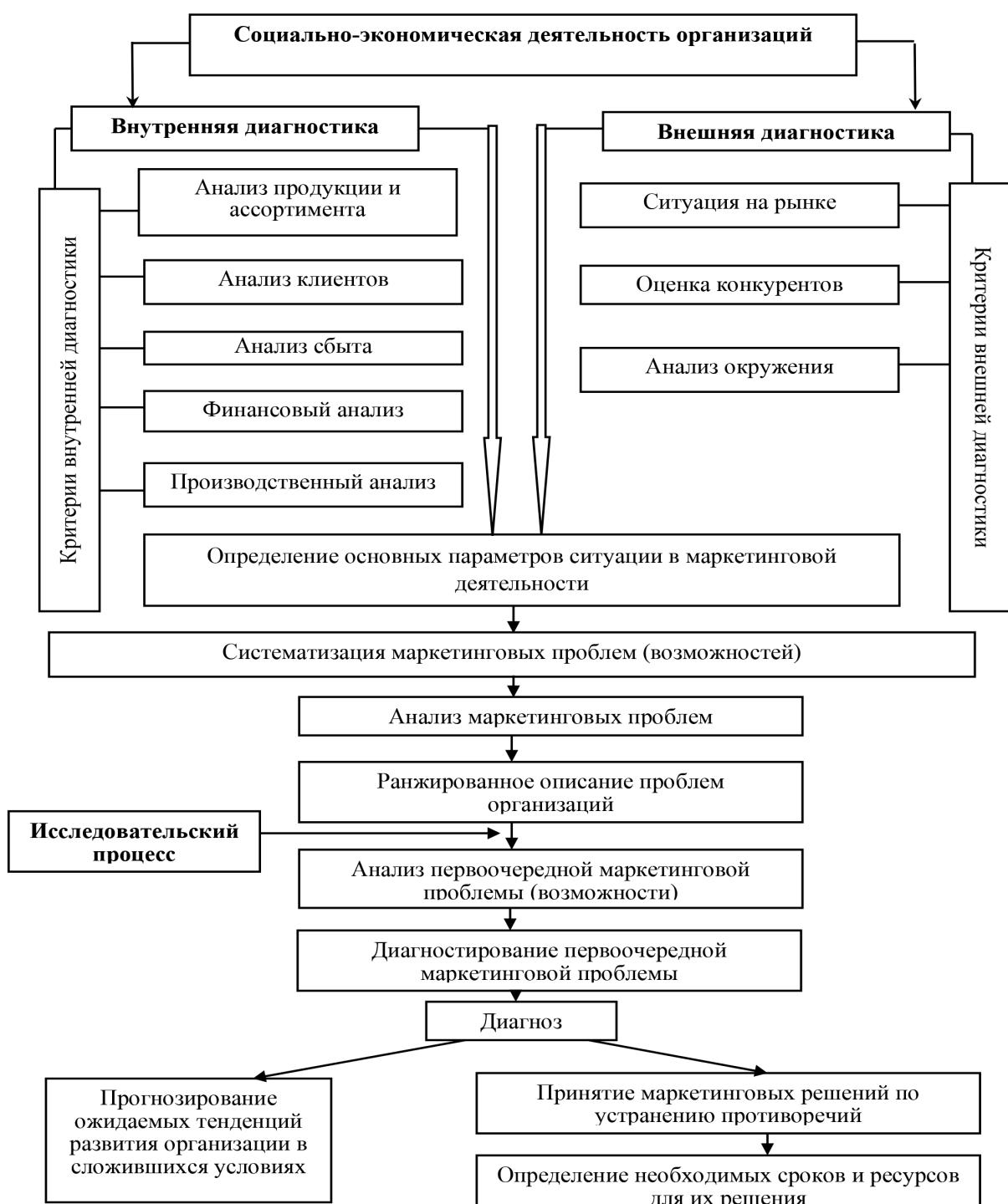


Рис. 4. Алгоритм процесса диагностирования маркетинговых возможностей (проблем) организаций

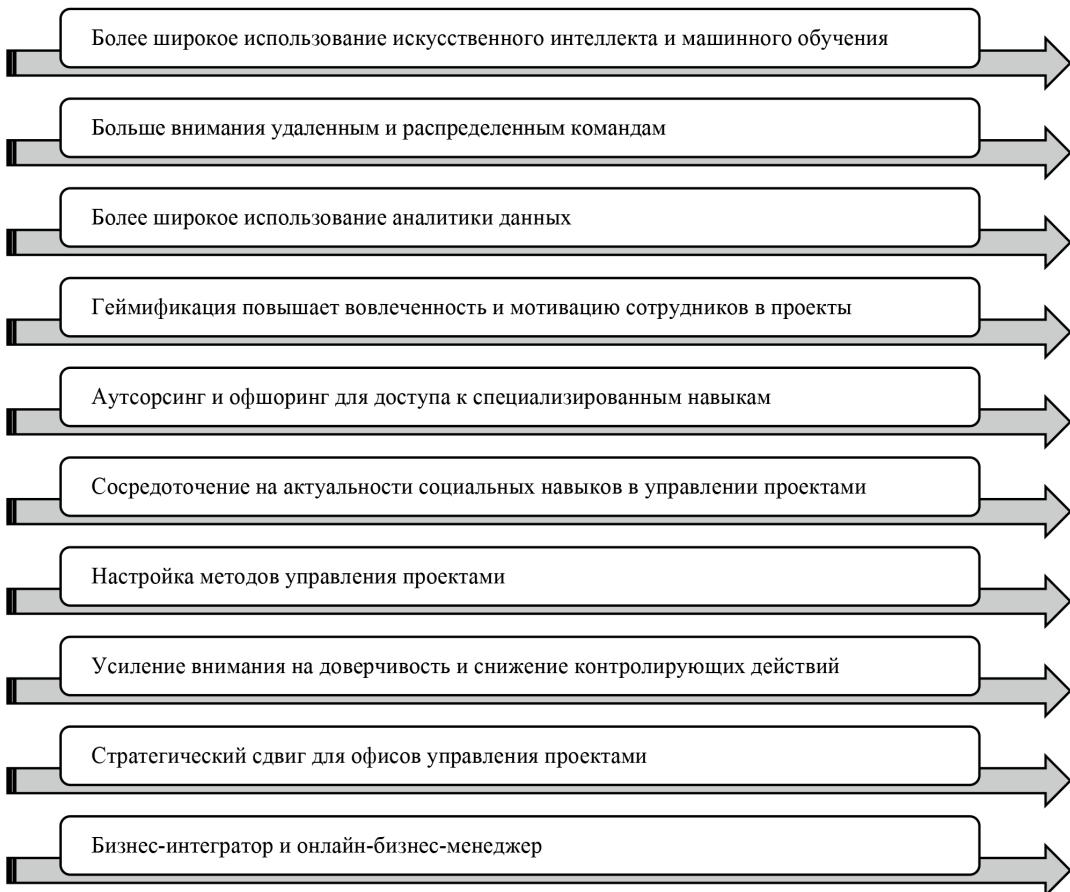


Рис. 5. Тренды управления проектами в 2023 году

Современным организациям чаще всего приходится управлять не одним, а одновременно несколькими проектами, которые могут объединяться в мультипроект [7, 12, 15].

В контексте рассматриваемой тематики следует акцентировать внимание на инновационном проекте, так как изменения в организации во многом идут через подготовку и реализацию конкретных инновационных проектов.

Под инновационным проектом понимается создание нового, ранее не существовавшего продукта (услуги) или модернизация (изменение) существующего, целью управления которыми является разработка и запуск новых технологий и продуктов.

Качественно новым подходом, процессом, имеющим связь с бизнес-моделью

компании и способом создания продукта или услуги, являются трансформационные проекты (ИИ-проекты), затрагивающие организацию не локально, а целиком. Под такие проекты трудно сформировать сбалансированную команду, которая сможет эффективно внедрить инновации.

Учитывая то, что проект-менеджмент будет постоянно меняться, важно уже сейчас инвестировать в искусственный интеллект (ИИ) на службе у проектной команды.

В качестве вызова времени можно назвать определение методов и средств управления технологическими и инфраструктурными проектами.

Правомерно утверждать, что в современном менеджменте организаций и в научной литературе проектное управление относят к особому виду, который может

применяться в управлении самыми различными объектами: социальными, экономическими, техническими и пр.

Проактивное управление, которое было нами рассмотрено ранее как инструмент, призванный устранять неблагоприятные ситуации и обеспечивать их успешное разрешение, помогает руководителям в решении проблем, которые могут возникнуть на любом этапе проекта.

Как проактивное управление, о котором мы писали, так и проектное управление, речь о котором пойдет далее, находят широкое применение в различных сферах менеджмента. Не являются исключением органы государственной и муниципальной власти.

Совершенно очевидно, и это не вызывает сомнения, что использование проектного подхода в государственной и муниципальной сфере является актуальной и многогранной задачей.

Взгляд с позиций А.Ш. Башарова на проектное управление в государственной и муниципальной сфере показывает, что «данный вид управления представляет собой систему действий органов публичного управления всех уровней по прогнозированию, планированию, разработке, утверждению, реализации, мониторингу эффективности реализации проекта как комплекса взаимосвязанных мероприятий, направленных на решение управленческих целей в конкретной сфере общественной жизни» [1].

Проектное управление в органах власти более емкое понятие, которое не ограничивается управлением одного проекта, а подразумевает системную организацию проектной деятельности, не исключая и управление отдельными проектами.

С позиций Ю.И. Попова, «технологии проектного управления в органах государственной и муниципальной власти

призваны повысить эффективность достижения плановых показателей и поставленных целей. Проектная модель управления позволяет максимально сконцентрировать финансовые, административные, управленческие ресурсы на выполнении наиболее важных направлений развития, от реализации которых зависит улучшение качества жизни населения и выполнение целей» [12].

Таким образом, технологии проектного управления в органах государственной и муниципальной власти призваны повысить эффективность достижения плановых показателей и поставленных целей. Проектная модель управления позволяет максимально сконцентрировать финансовые, административные, управленческие ресурсы на выполнении наиболее важных направлений развития, от реализации которых зависит повышение качества жизни населения и выполнение целей.

Новая парадигма управления проектами ориентирована на устойчивость команд, создание виртуальных, территориально-распределенных проектных команд, проектов, организаций.

Новый формат проектного лидера проявляется в использовании мягких навыков и EQ как отличительных черт руководителя нового поколения.

Развитие ИТ-технологий оказало значительное влияние на управление контрактами. Остановимся подробнее на основных технологических трендах, которые, на наш взгляд, будут определять развитие контрактного менеджмента в ближайшие годы, и трендах в контрактном менеджменте для успешной реализации проектов (рис. 6).

Одним из ключевых инструментов успешного управления проектами является контрактная стратегия (рис. 7).

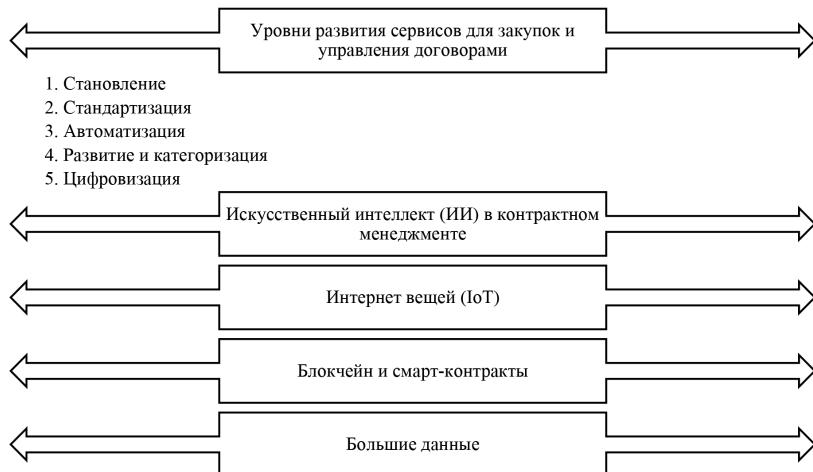


Рис. 6. Актуальные технологии контрактного менеджмента на этапе цифровой трансформации и в условиях высокой степени зрелости закупочных сервисов

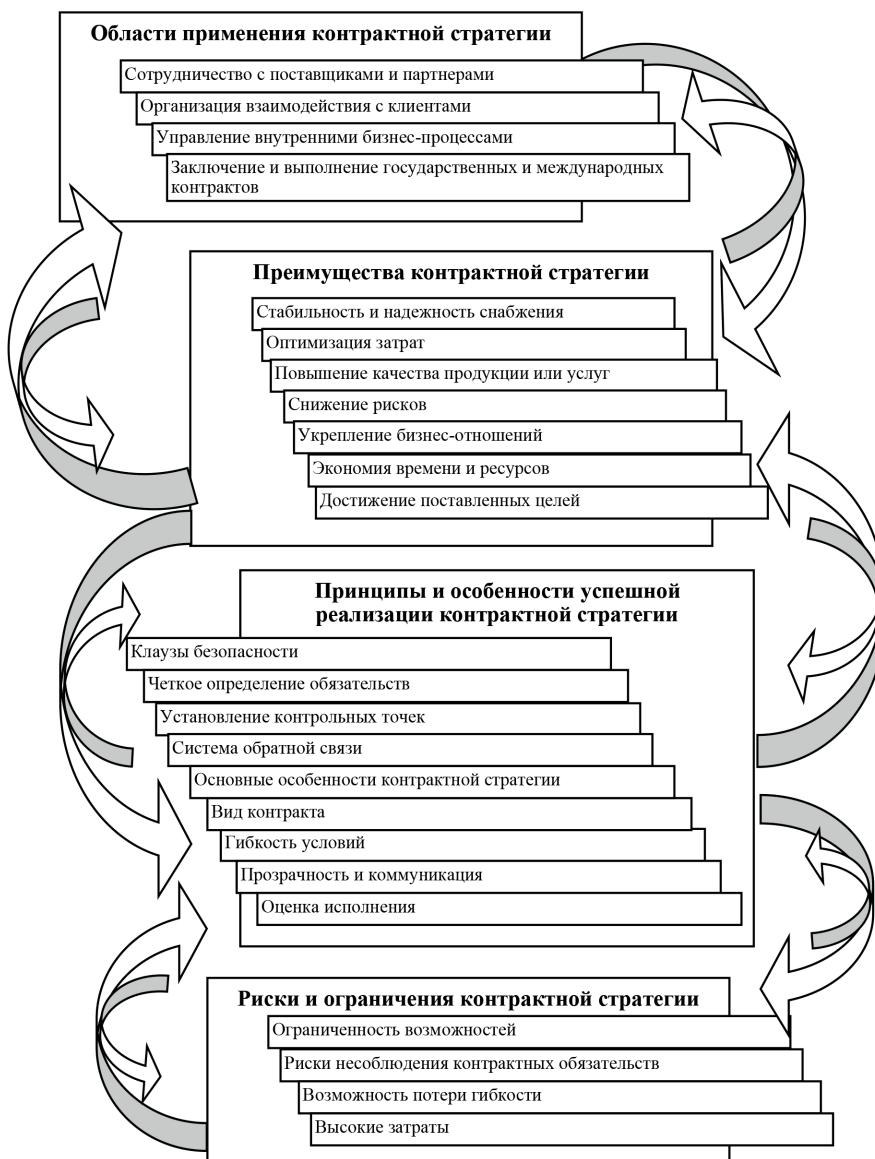


Рис. 7. Структурно-содержательная составляющая контрактной стратегии в процессе реализации проектов

Компании и руководители проектов, которые будут готовы к нововведениям и раньше остальных применят современные технологии в бизнесе, получат наибольшую выгоду.

В качестве основных элементов управления, которые изменятся в будущем, можно назвать [10]: улучшенный отбор и приоритизацию проектов, поддержку проектного офиса, упрощенное планирование и отчетность, виртуальные помощники, улучшение систем и ПО для тестирования, новую роль руководителя проекта.

В современных условиях целесообразно использовать гибкую стратегию и гибридный командный подход к управлению проектами, отвечающий уникальным потребностям организации.

Повысить коэффициент успешности проектов позволит применение ИИ и других инноваций в управлении проектами.

Исследования Gartner [18] показывают, что в ближайшем будущем ожидаются значительные перемены. По прогнозу, к 2030 году 80% задач по управлению проектами будут выполняться с помощью искусственного интеллекта, работающего с большими данными, машинного обучения и обработки естественного языка.

Несколько исследователей и стартапов уже разработали новые способы применения ИИ и машинного обучения в управлении, об этом, к примеру, пишет Пол Будро в своей книге «Применение искусственного интеллекта в управлении проектами» [16].

Совершенно очевидно, что новое поколение технических инструментов изменит технологию управления проектами. Прежде всего отметим активизацию использования инструментов ИИ, что потребует кардинального пересмотра принципов работы проектных офисов. Отмеченные нововведения скажутся и на изменении роли руководителей проектов. При этом им необходимо сосредоточиться на созда-

нии высокоэффективных команд, члены которых будут обладать необходимыми знаниями технологий, ресурсами и инструментами. При этом менеджеры проектов должны постоянно отслеживать перемены, подготовить себя и свою команду к изменениям, а также обеспечить доступность и структурированность архивных данных. Более того, обратим внимание на то, что в перспективе межфункциональные проектные команды, возможно, будут состоять из специалистов и роботов.

В управлении проектами в государственном и муниципальном управлении целесообразно использовать метод OKR.

Выводы и заключение. В результате проведенного исследования мы пришли к выводу о целесообразности формирования проактивной, то есть упреждающей деятельности, в проводимой политике организации.

Необходимо выявлять сферы применения принципа проактивности в отечественнойправленческой практике, в том числе в сфере государственного и муниципального управления. Одним из трендов в развитии государственного и муниципального управления, свидетельствующим об изменении сущности принятия управлений решений, является внедрение проактивных форм деятельности. Вместе с тем в структуре деятельности организаций государственной и муниципальной сферы должен соблюдаться баланс проактивности и реактивности.

С повышением уровня владения проактивным управлением у руководителя расширяется массив использования инструментов для решения возникающих проблем в целях развития организации.

Исследование маркетингово-управленческих возможностей организации ориентирует на возникновение широкого диапазона новых идей. При этом отметим, что из предоставляемых новых креативных идей следует выбрать именно те, которые в большей степени отражают содержатель-

ные аспекты деятельности хозяйствующих субъектов и способствуют их развитию.

Важно подчеркнуть преобразовательные возможности менеджмента в процессе управления проектами в организациях, в том числе в государственной и муниципальной сфере.

Список литературы

1. Башарова, А. Ш. Проектный подход в системе государственного и муниципального управления / А. Ш. Башарова, А. К. Алимжанов. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2022. – № 50(445). – С. 84–86.

2. Безденежных, В. М. Проактивный риск-ориентированный подход в сценарном планировании деятельности хозяйствующих субъектов / В. М. Безденежных, А. С. Родионов. – Текст : непосредственный // Экономика. Налоги. Право. – 2017. – Т. 10. – № 6. – С. 76–83.

3. Гонтарь, Н. В. Проактивность в стратегиях бизнеса и государства в контексте задач модернизации экономики территорий / Н. В. Гонтарь // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2019. – № 4(60). – С. 2. – Текст : электронный.

4. Дафт, Р. Л. Менеджмент : учебник для слушателей, обучающихся по программе «Мастер делового администрирования» / Р. Л. Дафт ; [пер. с англ. В. Кузин]. – 8-е изд. – Москва [и др.] : Питер, 2009. – 799 с. – Текст : непосредственный.

5. Джозеф, А. ДеФео Шесть сигм: совершенство возможно при удовлетворении потребностей клиента / Джозеф А. ДеФео // Quality.eur.ru. – URL: <https://www.quality.eur.ru/MATERIALY11/6s-perfection.htm> (дата обращения: 20.09.2023). – Текст : электронный.

6. Кови, С. Р. Семь навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности : [с новым предисловием и послесловием автора] : перевод с английского / С. Р. Кови ; Стивен Р. Кови. – 6-е изд. – Москва : Альпина Паблишерз, 2011. – 374 с. – Текст : непосредственный.

7. Котляр, Е. В. Система управления проектами КАНБАН / Е. В. Котляр, Е. М. Пушкирова. – Текст : непосредственный // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2020. – № 1(15). – С. 57–59.

8. Мазеин, А. В. Административно-правовое регулирование проактивных форм управленческой деятельности органов государственной власти: текущее состояние и перспективы / А. В. Мазеин. – Текст : непосредственный // Юридические исследования. – 2021. – № 9. – С. 63–80.

9. Маркетинговые возможности фирмы: как компании расти и проводить анализ своих возможностей // Zaochnik.com. – URL: <https://zaochnik-com.com/spravochnik/marketing/osnovy-reklamy/issledovanie-marketingovyh-vozmozhnostej-rosta-kom/> (дата обращения: 03.11.2023). – Текст : электронный.

10. Ньюто-Родригез, А. Упростит планирование, отчетность, оценку и прогнозирование: как ИИ изменит управление проектами / А. Ньюто-Родригез, Р. В. Варгас // Vc.ru. – URL: <https://vc.ru/future/690156-uprostit-planirovaniye-otchetnost-ocenku-i-prognozirovaniye-kak-ii-izmenit-upravlenie-proektami> (дата обращения: 09.09.2023). – Текст : электронный.

11. Ньюстром, Джон В. Организационное поведение. Поведение человека на рабочем месте / Джон В. Ньюстром, Кейт Дэвис ; [пер. с англ. Е. Бугаевой, В. Вольского]. – Санкт-Петербург и др. : Питер, 2000. – 447 с. – Текст : непосредственный.

12. **Попов, Ю. И.** Управление проектами : учебное пособие / Ю. И. Попов, О. В. Яковенко. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 208 с. – Текст : непосредственный.
13. **Роздольская, И. В.** Системная организация и оценка маркетинговых возможностей хозяйствующих субъектов региона : монография / И. В. Роздольская, М. Е. Ледовская. – Белгород : Издательство БУПК, 2010. – 323 с. – Текст : непосредственный.
14. Управление деятельностью предприятия в режиме реального времени // Klubok.net. – URL: <https://www.klubok.net/article1487.html> (дата обращения: 30.09.2023). – Текст : электронный.
15. Управление проектом: основы проектного управления / М. Л. Разу, Ю. В. Якутин, Б. М. Разу [и др.] ; под редакцией М. Л. Разу. – 3-е издание, переработанное и дополненное. – Москва : Компания КноРус, 2010. – 768 с. – Текст : непосредственный.
16. **Boudreau, P.** (2019). Applying artificial intelligence to project management. Independently Published.
17. **Ponomareva, T. N.** Multi-dimensional Assessment of Marketing Capability on the Example of Transport Business Organizations / T. N. Ponomareva, E. D. Shchetinina, I. Rozdolskaya. – Текст : непосредственный // Networked Control Systems for Connected and Automated Vehicles : Conference proceedings, St.Petersburg, 08–10 февраля 2022 года. Vol. 510–2. – Switzerland: Springer Nature Switzerland AG, 2023. – P. 679–689.
18. **Wojewoda S., Hastie S.** Standish Group 2015 Chaos Report – Q&A with Jennifer Lynch / Wojewoda S., Hastie S. // InfoQ.com. – URL: <https://www.infoq.com/articles/standish-chaos-2015> (дата обращения: 28.09.2023) . – Текст : электронный.

Rozdolskaya I.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD in Economics, Professor, Head of the Chair of Marketing and Management

Ledovskaya M.E.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Economics, Associate Professor, Chair of Marketing and Management

Rozdolskiy D.A.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student, Chair of Marketing and Management

PROACTIVE ORIENTATION OF MARKETING AND MANAGEMENT CAPABILITIES IN THE PROCESS OF PROJECT MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS OF THE STATE AND MUNICIPAL SPHERE IN THE NEW ECONOMIC REALITY

Abstract. The article presents the importance of studying the essential aspects of the development of proactive management activities, implemented through marketing and management capabilities in the process of project management in state and municipal organizations. The purpose of the study is to study the content and specific features of a proactive orientation in the process of identifying marketing and management opportunities that must be taken into account in the process of implementing project management in state and municipal organizations. The study was based on a combination of general and special methods, including a systematic approach. The results were obtained on the basis of techniques and methods of classification, generalization, comparison, information retrieval methods, review of literature sources, theoretical generalization and systematization, abstraction. The key role of proactive management is substantiated, providing a high-quality format for effective management in real time. It is proved that the developed methodology and technologies for proactive management in the process of functioning of organizations have received wide practical implementation in various subject areas, including in state and municipal management organizations. Attention is drawn to opportunity management, marketing and management capabilities. The great importance of project methodology for the effective development of state and municipal organizations is noted. The contract strategy is presented as one of the key tools for successful project management.

Keywords: proactivity, signs of proactive activity, proactive management, proactive approach, proactive tools, proactive company, proactive behavior, opportunity management, marketing capabilities of the organization, contract management, project management.

References

1. Basharova, A.Sh., Alimzhanov, A.K. (2022). Proyektnyy podkhod v sisteme gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya [Project approach in the system of state and municipal government]. Molodoy uchenyy [Young Scientist]. 50 (445), 84-86.
2. Bezdenezhnykh, V.M., Rodionov, A.S. (2017). Proaktivnyy

risk-oriyentirovannyy podkhod v stsenarnom planirovaniye deyatel'nosti khozyaystvuyushchikh sub'yektov [Proactive risk-based approach in scenario planning of business entities]. Ekonomika. Nalogi. Pravo [Economy. Taxes. Right]. 10 (6), 76-83.

3. Gontar', N.V. (2019). Proaktivnost' v strategiyakh biznesa i gosudarstva v kontekste zadach modernizatsii ekonomiki territoriy [Proactivity in business and

government strategies in the context of the tasks of modernizing the territorial economy]. Regional'naya ekonomika i upravleniye: elektronnyy nauchnyy zhurnal [Regional economics and management: electronic scientific journal]. 4 (60), 2.

4. Daft, R.L. (2009). Menedzhment: uchebnik dlya slushateley, obuchayushchikhsya po programme «Master delovogo administrirovaniya» [Management: a textbook for students enrolled in the Master of Business Administration program]. Tr. from English by V. Kuzin. 8th ed. Moscow: Piter.

5. DeFeo, Joseph A. Shest' sigm: sovershenstvo vozmozhno pri udovletvorenii potrebnostey kliyenta [Six Sigma: Excellence comes from customer satisfaction]. Quality. eup.ru. Retrieved from: <https://www.quality.eup.ru/MATERIALY11/6s-perfection.htm>

6. Covey, S.R. (2011). Sem' navykov vysokoeffektivnykh lyudey. Moshchnyye instrumenty razvitiya lichnosti: [s novym predloviyem i poslesloviyem avtora] [The seven habits of highly effective people. Powerful tools for personal development: [with a new preface and afterword by the author]. Tr. from English. 6th ed. Moscow: Alpina Publishers.

7. Kotlyar, E.V., Pushkareva, E.M. (2020). Sistema upravleniya proyektami KANBAN [KANBAN project management system]. Biznes-obrazovaniye v ekonomike znaniy [Business Education in the Knowledge Economy]. 1 (15), 57-59.

8. Mazein, A.V. (2021). Administrativno-pravovoye regulirovaniye proaktivnykh form upravlencheskoy deyatel'nosti organov gosudarstvennoy vlasti: tekushcheye sostoyaniye i perspektivy [Administrative and legal regulation of proactive forms of management activities of public authorities: current status and prospects]. Juridicheskiye issledovaniya [Legal Research]. 9, 63-80.

9. Marketingovyye vozmozhnosti firmy: kak kompanii rasti i provodit'

analiz svoikh vozmozhnostey [Marketing capabilities of a company: how a company can grow and analyze its capabilities]. Zaochnik.com. Retrieved from: <https://zaochnik.com/spravochnik/marketing/osnovy-reklamy/issledovanie-marketingovyh-vozmozhnostej-rosta-kom/>

10. Nieto-Rodriguez, A., Vargas, R.V. Uprostit planirovaniye, otchetnost', otsenku i prognozirovaniye: kak II izmenit upravleniye proyektami [Simplify planning, reporting, estimating and forecasting: how AI will change project management]. Retrieved from: <https://vc.ru/future/690156-uprostit-planirovanie-otchetnost-ocenku-i-prognozirovanie-kak-ii-izmenit-upravlenie-proyektami>

11. Newstrom, John V., Davis, Keith (2000). Organizational behavior. Human behavior in the workplace. Tr. from English by E. Bugaeva, V. Volskiy. SPb.: Piter.

12. Popov, Yu.I., Yakovenko, O.V. (2021). Upravleniye proyektami: uchebnoye posobiye [Project management: tutorial]. Moscow: INFRA-M.

13. Rozdolskaya, I.V., Ledovskaya, M.E. (2010). Sistemnaya organizatsiya i otsenka marketingovykh vozmozhnostey khozyaystvuyushchikh sub'yektor regiona: monografiya [Systemic organization and assessment of marketing capabilities of economic entities in the region: monograph]. Belgorod: Belgorod University of Consumer Cooperatives.

14. Upravleniye deyatel'nost'yu predpriyatiya v rezhime real'nogo vremeni [Management of enterprise activities in real time]. Klubok.net. Retrieved from: <https://www.klubok.net/article1487.html>

15. Razu, M.L., Yakutin, Yu.V., Razu, B.M. et al. (2010). Upravleniye proyektom: Osnovy proyektnogo upravleniya [Project management: Fundamentals of project management]. Ed. by M.L. Razu. 3d rev. ed. Moscow: KnoRus.

16. Boudreau, P. (2019). Applying artificial intelligence to project management. Independently Published.
17. Ponomareva, T.N., Shchetinina, E.D. Rozdolskaya, I. (2023). Multi-dimensional Assessment of Marketing Capability on the Example of Transport Business Organizations. Networked Control Systems for Connected and Automated Vehicles: Conference proceedings, St.Petersburg, February 08–10, 2022. 510-2. Switzerland: Springer Nature Switzerland AG. P. 679-689.
18. Wojewoda S., Hastie S. Standish Group Chaos Report Q&A with Jennifer Lynch (2015). InfoQ.com. Retrieved from: <https://www.infoq.com/articles/standish-chaos-2015>

e-mail: mary-led55@yandex.ru

Макринова Е.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Матузенко Е.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Одарченко Д.Д.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ (НА ПРИМЕРЕ TELEGRAM)

Аннотация. В условиях цифровизации всех сфер национальной экономики многие владельцы бизнеса стали использовать для размещения рекламы различные интернет-платформы, среди которых одной из наиболее востребованных в последнее время становится Telegram. Популярность сервиса, обусловленная низкой конкуренцией внутри мессенджера, концентрацией платежеспособной целевой аудитории, предоставления потенциальным рекламодателям нескольких вариантов размещения рекламы, в том числе и бесплатных, существенно выросла в связи с блокировкой в России ряда иностранных цифровых платформ. Целью данной статьи является исследование на примере мессенджера Telegram эффективности рекламной деятельности в интернет-среде для обоснования направлений ее повышения. В ходе исследования использовались общенаучные и экономико-статистические методы обработки данных, применение которых позволило определить особенности развития Telegram как эффективной интернет-платформы для размещения рекламы. В статье проанализирована целевая аудитория Telegram по ряду признаков сегментации, исследована структура спроса со стороны рекламодателей по видам бизнеса (малый, средний, крупный) и объемам затрат на рекламу; охарактеризованы основные виды рекламных форматов, реализуемых на платформе Telegram с позиций их преимуществ и недостатков, систематизирован аналитический инструментарий показателей оценки эффективности рекламных коммуникаций.

Ключевые слова: Telegram, интернет-реклама, рекламные форматы, эффективность рекламы, целевая аудитория интернет-платформ.

Введение. В период бурного развития цифровых технологий рекламный рынок в Интернете нуждается в анализе и исследовании. Чтобы эффективно на нем функционировать, рекламодатели должны предложить клиенту те интернет-платформы, на которых рекламная кампания принесет лучший результат. Одной из наиболее популярных и востребованных сегодня

является Telegram, представляющая собой облачный мессенджер с высоким уровнем защиты информации, доступный для персональных компьютеров и мобильных устройств.

В настоящее время Telegram входит в пятерку самых популярных мессенджеров в мире и имеет 700 млн в месяц активных пользователей, при этом чаще всего

Telegram загружают в России и Индии [5]. Согласно исследованию Datareportal, пользователи Telegram проводят в мессенджере в среднем 3 часа 57 минут в месяц, а за последние два года этот показатель увеличился вдвое [2].

Главным преимуществом мессенджера является удобный интерфейс, что позволило ему стать эффективной площадкой для рекламы и PR. Таргетированный характер рекламы в Telegram обеспечивает высокий процент конверсии, т.к. рекламные посты изначально ориентированы на потенциально заинтересованного потребителя и размещаются в соответствующих каналах. Таким образом, рекламодатели успешно используют данную платформу в бизнес-целях, а владельцы каналов зарабатывают на размещении рекламных постов, что гарантирует стабильный рост популярности сервиса.

Исследованиям возможностей платформы Telegram в последнее время были посвящены труды многих российских ученых [6–12, 15, 18], в том числе и авторов [1, 3], где достаточно подробно рассматривались актуальные вопросы планирования, реализации и оценки эффективности рекламных кампаний. Однако в связи с блокировкой некоторых цифровых платформ в России большая часть их целевой аудитории переместилась на платформу Telegram, что потребовало от владельцев разнообразить ее функционал, изменить условия размещения рекламы для бизнеса, предложить новые приложения и т.п. В связи с перечисленными обстоятельствами возникла необходимость в исследовании Telegram с позиций эффективности использования платформы для осуществления рекламной деятельности в интернет-среде с учетом изменившихся условий функционирования и макроэкономических факторов.

Методы исследования. Данное исследование является продолжением ранее проводимых исследований авторов

по проблемам интернет-маркетинга и рекламы, в рамках которого была поставлена цель исследовать эффективность рекламной деятельности в интернет-среде для обоснования направлений ее повышения.

В отличие от ранее опубликованных работ [4, 13, 14], посвященных развитию рекламной деятельности в интернет-среде, включая социальные медиа, авторы статьи анализируют одну из самых крупных в России цифровых платформ – Telegram, постоянно растущую по аудитории и привлекающую бизнес.

В ходе анализа применялись кабинетные методы исследования: анализ научной и методической литературы по исследуемой теме, обобщение и классификация научных исследований и существующего опыта в области интернет-рекламы, а также экономико-статистические методы обработки данных, в числе которых группировка, сравнение, индексный метод, системный подход и компаративный анализ.

Применение данных методов позволило определить особенности целевой аудитории и структуру спроса на рекламу в мессенджере Telegram, провести систематизацию рекламных стратегий, конкретизировать аналитический инструментарий и способы оценки эффективности рекламной деятельности.

Результаты исследования. Для анализа эффективности рекламы, размещаемой на платформе Telegram, авторы статьи изучили практический опыт использования компаниями данного мессенджера в качестве рекламной площадки и, прежде всего, целевой аудитории.

Проведенное исследование показало, что целевая аудитория Telegram по полу представлена 58% мужчинами и 42% женщинами. Причем наибольшая часть аудитории – это лица от 25 до 34 лет (29,4%), от 35 до 44 лет (23,8%) и от 45 лет (21,6%) (рис. 1).

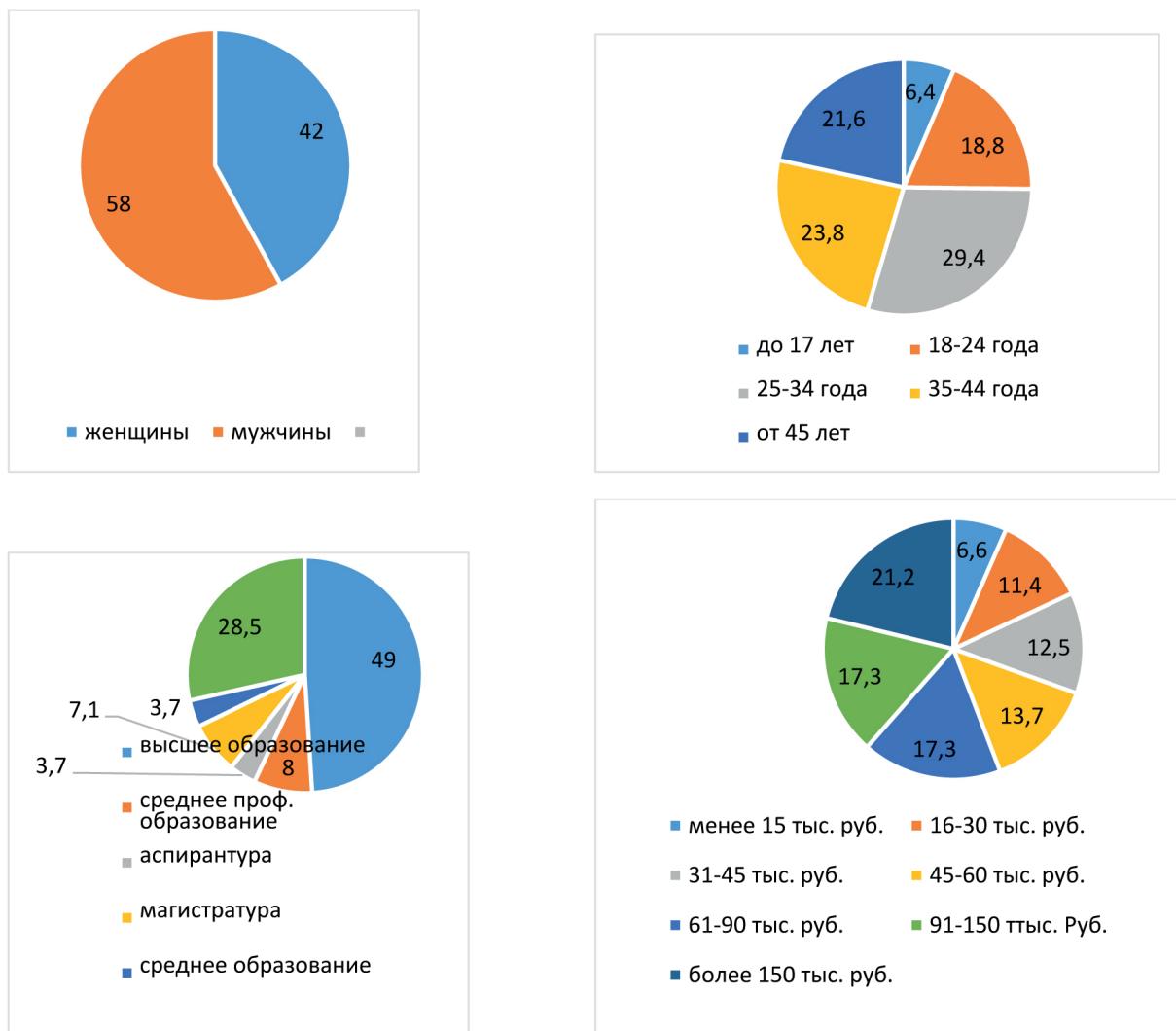


Рис. 1. Исследование целевой аудитории Telegram по основным признакам сегментации, %*

*Составлено по: [16].

Около половины (49%) аудитории Telegram имеют высшее образование, 8% – среднее профессиональное образование, 7,1% – окончили магистратуру. Интересным является распределение целевой аудитории по доходу: наибольший удельный вес приходится на пользователей с доходом более 150 тыс. руб.

Изучив сферы интересов целевой аудитории Telegram, авторы статьи

пришли к следующим выводам: 85% пользователей платформы предпочтдают получать новости, 62% – интересуют развлекательные каналы, 31% – исследуют каналы блогеров и звезд, 17% – каналы брендов (компаний), 16% – интересуются каналами с товарами и скидками (рис. 2).

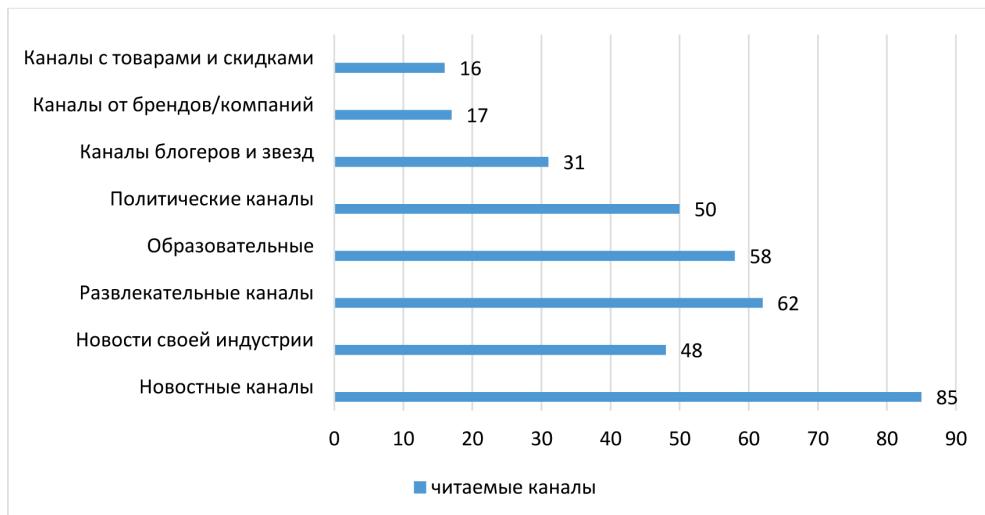


Рис. 2. Исследование сферы интересов целевой аудитории Telegram, %*

*Составлено по: [16].

По данным сервиса TGStat, занимающегося аналитикой платформы Telegram, доля рекламодателей мессенджера распределилась следующим образом: 44% приходится на малый бизнес, 32% – на средний бизнес и 24% – на крупный бизнес % [16].

Минимальный размер рекламного бюджета менее 25 тыс. руб. имеют 49,9% представителей малого бизнеса, 22,8% – среднего и 10,2% крупного. Более 1 млн рублей в месяц тратят на рекламу в Telegram лишь 2,1% мелких предпринимателей, 5,5 % – средних и 16,6 % – крупных (рис. 3).

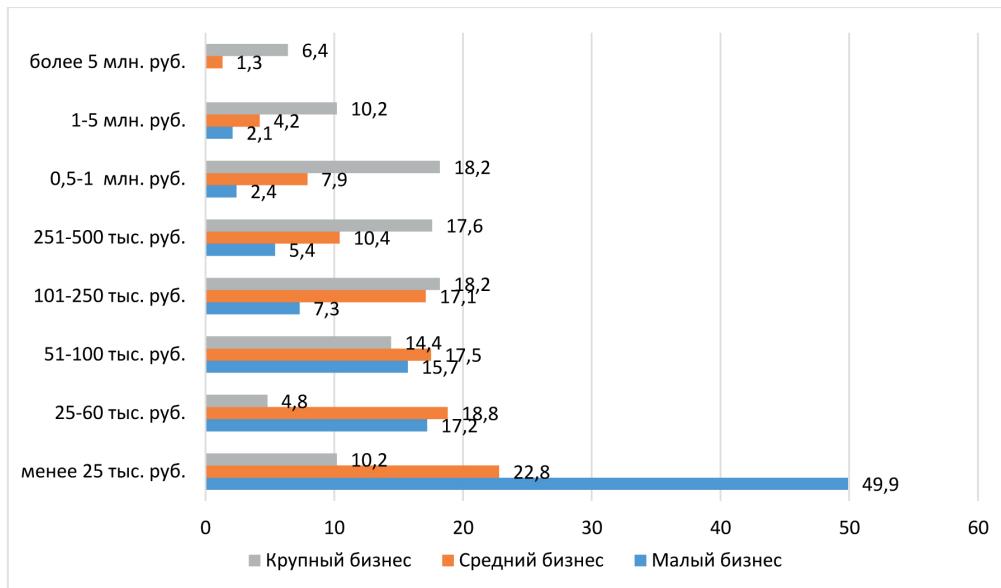


Рис. 3. Распределение размера рекламных бюджетов рекламодателей в Telegram, тыс. руб.*

*Составлено по: [16].

В настоящее время в Telegram применяют три вида рекламы: в рекламном кабинете Telegram Ads, который запустил

сам мессенджер; в группах и каналах по договоренности с авторами; реклама в телеграмм-ботах.

Проанализировав различные интернет-источники, авторами статьи охарактеризованы рекламные стратегии, соответст-

вующие каждому из применяемых видов рекламы, выделены их преимущества и недостатки (табл. 1).

Таблица 1

Характеристика рекламных форматов, используемых на платформе Telegram

Вид рекламы	Характеристика рекламного формата		
	Содержание	Преимущества	Недостатки
Реклама в Telegram Ads	Запуск рекламы осуществляется из рекламного кабинета. Если в телеграмм-канале более 1000 подписчиков, то реклама будет показываться пользователям. Реклама носит нативный характер, является ненавязчивой и органичной. Рекламное сообщение может быть только текстовым, без картинок и видео, объемом до 160 знаков. Размещение рекламы происходит без согласия владельцев телеграмм-каналов. Минимальная стоимость рекламы в Telegram Ads – 2 млн долл. Поэтому многие компании обращаются в рекламные агентства, чтобы запустить рекламную кампанию в Telegram Ads	- высокая просматриваемость постов; - экономия времени за счет автоматических публикаций; - возможность самой компании выбрать определенные каналы для публикации	- высокий порог бюджета; - текстовые объявления без интерактива; - недоработанный сервис оценки эффективности рекламы; - недостаточно проработанный механизм таргетинга
Реклама в Telegram-каналах	Для размещения рекламы в Telegram-каналах следует исследовать каналы в избранной тематике (проверить на качество контента, наличие ботов и накрученных подписчиков и т.п.). При этом можно использовать сервисы TGstat или Телеметр. После выбора канала необходимо заключить договор с его администратором, создать рекламу (написать текст) и оплатить ее. В рекламном сообщении можно делать ссылки как напрямую на сайт, так и привлекать подписчиков в свой Telegram-канал	- контроль авторов за площадками размещения; - низкая стоимость; - многообразие форматов рекламных постов; - фокусирование на нужную целевую аудиторию (подписчиков); - высокий уровень соответствия выдачи информации поисковой системой запросу пользователя	- ручной поиск каналов требует времени; - отсутствие рекламного кабинета; - отсутствие единой системы анализа эффективности рекламной кампании
Реклама в ботах	Бот автоматически рассыпает рекламное сообщение со ссылкой на товар (услугу) в чаты. Поэтому чем больше подписчиков у канала, тем эффективнее будет реклама. Однако рекламодателю невозможно узнать количество прочитанных сообщений	- стоимость размещения ниже, чем в каналах; - нативный формат рекламы; - покупка рекламы на всю аудиторию бота и на ее часть	- отсутствие статистики в открытом доступе; - ограничение размера рекламного сообщения, без картинок; - недоверие к новому рекламному инструменту

С учетом имеющихся преимуществ и недостатков рекламных форматов в Telegram многие компании выбирают второй вариант размещения – через рекламу в каналах, который в том числе позволяет размещать рекламу в каналах конкурентов, имеющих релевантную ау-

диторию. Безусловно, реализация любой из описанных рекламных стратегий в Telegram потребует оценить ее эффективность с использованием определенного аналитического инструментария (табл. 2).

Таблица 2

Аналитический инструментарий оценки эффективности рекламы в Telegram

Инструмент	Характеристика
Ручной подсчет	Такой способ анализа эффективности рекламы рекомендуется для рекламодателей с небольшим количеством публикаций. Подсчитываются пользователи до рекламной публикации и после в течение 6 часов. При этом следует контролировать, чтобы в течение 48 часов рекламу никто не удалил. При помощи данного метода невозможно получить сведения о группах, которые сослались на публикацию, и о количестве пользователей, которые ею поделились
Телеметр	Телеметр представляет собой наиболее полный тематический каталог телеграмм-каналов. Данный инструмент аналитики является платным (1,5 тыс. руб. в месяц), однако для рекламодателей доступна демо-версия. При помощи данного инструмента можно собрать информацию о количестве просмотров рекламы, охвате, числу пересылок и упоминаний
Telegram Analytics (Tgstat.ru)	Tgstat.ru представляет собой сайт, отслеживающий статистику телеграмм-каналов: число пользователей канала, охват 1 публикации (дневной, средний), вовлеченность подписчиков канала по охвату, индекс цитирования, число публикаций в день, рейтинг публикаций
Пригласительные ссылки	Для оценки эффективности раскрутки канала в Телеграмме используйте встроенный инструмент мессенджера: пригласительные ссылки. Их можно генерировать в настройках канала и размещать на своем сайте, в коммерческих постах, рассылке, отправлять напрямую клиентам – где угодно, за исключением объявлений в TelegramAds. Число людей, кликнувших по приглашению и оформивших подписку, отображается под каждой меткой в разделе «пригласительные ссылки» в настройках группы

Среди показателей эффективности рекламы в Telegram можно проанализировать количество подписок, произведенных по конкретной пригласительной ссылке, а также список подписавшихся аккаунтов. Поэтому многие компании для

расширенного анализа эффективности рекламы используют сервис Tgstat. В таблице 3 систематизированы показатели, позволяющие провести более детальную оценку эффективности рекламы на платформе.

Таблица 3

Показатели эффективности рекламы в Telegram и их характеристика

Показатели эффективности рекламы	Методика расчета
Коэффициент вовлеченности аудитории	$K_B = \frac{K_p}{O_n} \times 100$, где K_B – коэффициент вовлеченности аудитории; K_p – количество реакций (репостов, лайков, комментариев); O_n – охват конкретного поста
Цена подписчика	$I_n = \frac{K_n}{C_p}$, где I_n – цена подписчика; K_n – количество подписчиков с рекламой; C_p – стоимость размещения
Цена за 1000 показов	$I_{1000\ n} = \frac{C_p}{K_{ox}}$, где $I_{1000\ n}$ – цена за 1000 показов; K_{ox} – количество тысяч охвата
Конверсия рекламного поста	$K_{pp} = \frac{K_n}{O_n} \times 100$, где K_{pp} – конверсия рекламного поста; K_n – количество подписок
Прогноз конверсии	$\Pi_k = \frac{C_{ox}}{100} \times C_k$, где Π_k – прогноз конверсии; C_{ox} – средний охват рекламных постов; C_k – средняя конверсия рекламного поста

Используя представленные показатели, рекламодатели сделают вывод о качестве контента, воспринимаемого пользователями телеграм-каналов, приросте фолловеров за определенные промежутки времени, их реакции на рекламу, стоимости одного подписчика, конверсии конкретной рекламной публикации. Расчет данных показателей приведет к повышению эффективности рекламы на платформе Telegram.

Выводы и заключение. Проведенное исследование позволяет заключить, что в настоящее время платформа Telegram характеризуется приростом целевой аудитории, 49% которой имеют высшее образование с разнообразной сферой интересов. На платформе представлен малый, средний и крупный бизнес. Наибольшая доля ежемесячного рекламного бюджета в Telegram менее 25 тыс. руб. составляет:

для малого бизнеса – 49,9%, для среднего бизнеса – 22,8%. Крупный бизнес тратит на рекламу в Telegram в месяц от 101 до 250 тыс. руб. (18,2%) и от 0,5 млн до 1 млн руб. (18,2%).

В настоящее время на платформе Telegram применяют три вида рекламной стратегии: в рекламном кабинете Telegram Ads; в группах и каналах по договоренности с авторами; в ботах. Авторами статьи охарактеризованы данные рекламные стратегии, выделены их преимущества и недостатки.

В статье охарактеризован аналитический инструментарий оценки эффективности рекламы в Telegram, представленный следующими видами: ручным подсчетом, инструментами «Телеметр» и «Telegram Analytics», а также пригласительными ссылками.

С целью определения эффективности рекламы на платформе Telegram авторами представлены способы ее анализа и систематизированы показатели, определяющие результативность рекламных коммуникаций.

Список литературы

1. Assessing methodology development for the service organizations advertising campaign effectiveness in audio blogs (Podcasts) / E. I. Makrinova, E. V. Matuzenko, N. A. Zaitseva [et al.] // EurAsian Journal of BioSciences. – 2020. – Vol. 14, No. 2. – P. 3625–3632. – EDN РОМПW.
2. Digital 2023: глобальный обзорный отчет. – Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report?rq=telegram>. – Текст : электронный.
3. Makrinova, E. I. Planning, implementing and evaluating the effectiveness of an advertising campaign in digital environment (through the example of Telegram) / E. I. Makrinova, E. V. Matuzenko, I. V. Rozdolskaya, N. A. Odnoral, V. V. Grigorieva. – Текст : непосредственный // в сборнике: Proceedings of the Russian Conference on Digital Economy and Knowledge Management (RuDEcK 2020). Серия: ADVANCES IN ECONOMICS, BUSINESS AND MANAGEMENT RESEARCH. Voronezh, 2020. – C. 206–211.
4. Research of social media channels as a digital analytical and planning technology of advertising campaigns / E. Isaenko, E. Makrinova, I. Rozdolskaya [et al.] // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering : 3rd International Scientific-Practical Conference on Quality Management and Reliability of Technical Systems, St. Petersburg, 27–29 августа 2020 года. Vol. 986. – BRISTOL: IOP Publishing Ltd, 2021. – P. 012014. – DOI 10.1088/1757-899X/986/1/012014. – EDN BRHWUV.
5. Аналитика и статистика в Telegram любого канала и чата. – Режим доступа: <https://popsters.ru/blog/post/analiz-i-statistika-v-telegram>. – Текст : электронный\
6. Воронов, А. Г. Методика подбора телеграм-каналов для размещения рекламы / А. Г. Воронов, Г. Б. Воронов, Д. Г. Воронов. – Текст : непосредственный // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2021. – Т. 18. – № 4. – С. 60–67. – ISSN 1995-7637
7. Гавриченко, А. А. Телеграм как актуальная рекламная платформа / А. А. Гавриченко. – Текст : непосредственный // Рекламный вектор-2022: цифровая трансформация : материалы XVI Всероссийской научно-практической конференции (26–27 апреля 2022). – Москва, 2022. – С. 178–182.
8. Едаменко, Е. П. Маркеры аудитории «облачных» сообществ на примере коммуникации пользователей в каналах «Телеграм» / Е. П. Едаменко, Е. В. Головацкий. – Текст : непосредственный // Siberian Socium. 2023. – Т. 7. – № 1(23). – С. 45–56. – ISSN 2587-8484.
9. Ивлев, А. А. Телеграм-каналы как новая мультимедийная среда коммуникации и источник контента для традиционных СМИ / А. А. Ивлев. – Текст : непосредственный // Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия : сборник материалов Международной научно-практической конференции (04–06 февраля 2021). – Москва, 2021. – С. 192–193.
10. Isaenko, E. B. Оценка эффективности использования рекламы организациями, осуществляющими торговлю автотранспортными средствами / E. B. Isaenko, A. C. Tarasov. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – № 2(50) – С. 21–27.

11. Корнилов, Д. А. Результаты исследования по оборотам рекламы в русскоязычных телеграм-каналах / Д. А. Корнилов, Д. А. Зайцев, М. А. Райцин // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и инноваций : материалы Международной научно-практической конференции ученых, специалистов, преподавателей вузов, аспирантов, студентов (17 ноября 2021). – Нижний Новгород, 2021. – С. 32–35.
12. Лукина, Е. А. Инструменты продвижения телеграм-канала некоммерческой организации / Е. А. Лукина. – Текст : непосредственный // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2023. – Т. 14. – № 1. – С. 44–54. – ISSN 2078-6921.
13. Макринова, Е. И. Исследование возможностей продвижения бизнеса на различных интернет-платформах с использованием инструментов social media marketing / Е. И. Макринова, И. В. Роздольская, Е. В. Матузенко. – Текст : непосредственный // Фундаментальные исследования. – 2021. – № 2. – С. 38–43. – ISSN 1812-7339.
14. Макринова, Е. И. Современные тренды и технологии построения рекламных коммуникаций в социальных медиа / Е. И. Макринова, Е. В. Матузенко, Е. В. Колесникова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 2(75). – С. 313–321. – ISSN 2223-5639.
15. Полуянова, Д. В. Социальные сети как инструмент рекламной деятельности (на примере социальных сетей «ВКонтакте» и «Телеграм») / Д. В. Полуянова, Е. С. Тулякова. – Текст : непосредственный // Экономика, финансы, проектное управление и социальная система России: подходы и перспективы в условиях устойчивого цифрового развития : материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых ученых (20 мая 2022) ; под общей редакцией Э. В. Соболева, А. Ю. Артюшковой. Краснодар, 2022. – С. 417–424.
16. Статистика Telegram. – Режим доступа: <https://tgstat.ru/research-2023>. – Текст : электронный.
17. Тарасова, Е. Е. Сущность и тенденции развития рекламной деятельности субъектов рынка / Е. Е. Тарасова, И. Ю. Коротких. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2010. – № 2(34). – С. 5–12.
18. Шубаев, Е. К. Аспекты методики оценки рекламного рынка телеграм-каналов / Е. К. Шубаев, А. С. Медведев. – Текст : непосредственный // Наука и образование в условиях цифровой трансформации экономики и общества : сборник лучших докладов X Национальной научно-практической конференции института магистратуры с международным участием (19–20 апреля 2021). – Санкт-Петербург, 2021. – С. 298–304.

Makrinova E.I.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD in Economics, Professor, Head of the Chair of Hotel and Tourist Services, Commerce and Advertising

Matuzenko E.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD in Economics, Professor, Chair of Hotel and Tourist Services, Commerce and Advertising

Odarchenko D.D.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student

RESEARCH OF THE ADVERTISING ACTIVITIES EFFECTIVENESS IN THE INTERNET ENVIRONMENT (TELEGRAM AS A CASE STUDY)

Abstract. In the context of digitalization of all spheres of the national economy, many business owners began to use various Internet platforms for advertising, among which Telegram has recently become one of the most popular. The popularity of the service, due to low competition within the messenger, concentration of a solvent target audience, and provision of potential advertisers with several options for advertising, including free ones, has grown significantly due to the blocking of a number of foreign digital platforms in Russia. The purpose of this article is to study, using the example of the Telegram messenger, the effectiveness of advertising activities in the Internet environment to substantiate the directions for its improvement. The study used general scientific and economic-statistical methods of data processing, the use of which made it possible to determine the features of the development of Telegram as an effective Internet platform for advertising. The article analyzes the target audience of Telegram according to a number of segmentation criteria, examines the structure of demand from advertisers by type of business (small, medium, large) and the amount of advertising costs; the main types of advertising formats implemented on the Telegram platform are characterized from the standpoint of their advantages and disadvantages, analytical tools and indicators for assessing the effectiveness of advertising communications are systematized.

Keywords: telegram, online advertising, advertising formats, advertising effectiveness, target audience of Internet platforms.

References

1. Makrinova, E.I., Matuzenko, E.V., Zaitseva, N.A. et al. (2020). Assessing methodology development for the service organizations advertising campaign effectiveness in audio blogs (Podcasts). *EurAsian Journal of BioSciences.* 14 (2), 3625-3632. EDN POMIIW.
2. Digital 2023: global'nyy obzornyy otchet [Digital 2023: global overview report]. Retrieved from: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report?rq=telegram>.

3. Makrinova, E.I. et al. Planning, implementing and evaluating the effectiveness of an advertising campaign in digital environment (through the example of Telegram). In compilatio: Proceedings of the Russian Conference on Digital Economy and Knowledge Management (RuDEcK 2020). Series: ADVANCES IN ECONOMICS, BUSINESS AND MANAGEMENT RESEARCH. Voronezh, 2020. P. 206-211. -

4. Research of social media channels as a digital analytical and planning technology of advertising campaigns. E. Isaenko, E. Makrinova, I. Rozdolskaya

[et al.]. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering: 3rd International Scientific-Practical Conference on Quality Management and Reliability of Technical Systems, St. Petersburg, August 27–29, 2020. Vol. 986. BRISTOL: IOP Publishing Ltd, 2021. P. 012014. DOI 10.1088/1757-899X/986/1/012014. EDN BRHWUV.

5. Analitika i statistika v Telegram lyubogo kanala i chata [Analytics and statistics in Telegram of any channel and chat]. Retrieved from: <https://popsters.ru/blog/post/analiz-i-statistika-v-telegram>.

6. Voronov, A.G., Voronov G.B., Voronov, D.G. (2021). Metodika podbora telegram-kanalov dlya razmeshcheniya reklamy [Methodology for selecting telegram channels for advertising]. FES: Finansy. Ekonomika. Strategiya [FES: Finance. Economy. Strategy]. 18 (4), 60-67. ISSN: 1995-7637

7. Gavrichenko, A.A. (2022). Telegram kak aktual'naya reklamnaya platforma [Telegram as a current advertising platform]. Reklamnyy vektor-2022: tsifrovaya transformatsiya. Materialy XVI Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (26-27 aprelya 2022) [Advertising vector 2022: digital transformation. Proceedings of the XVI All-Russian Scientific and Practical Conference (April 26-27, 2022)]. Moscow. P. 178-182.

8. Edamenko, E.P., Golovatskiy, E.V. (2023). Markery auditorii "oblachnykh" soobshchestv na primere kommunikatsii pol'zovateley v kanalakh "Telegram" [Audience markers of “cloud” communities using the example of user communication in Telegram channels]. Siberian Socium. 7 (1-23), 45-56. ISSN: 2587-8484eISSN: 2587-6708

9. Ivlev, A.A. (2021). Telegram-kanaly kak novaya multimediyнная sreda kommunikatsii i istochnik kontenta dlya traditsionnykh SMI [Telegram channels as a new multimedia communication environment and a source of content for traditional media].

Zhurnalista v 2020 godu: tvorchestvo, professiya, industriya. sbornik materialov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (04-06 fevralya 2021) [Journalism in 2020: creativity, profession, industry. Collection of proceedings from the international scientific and practical conference (04-06 February 2021)]. Moscow. P. 192-193.

10. Isaenko, E. V. Evaluation of the effectiveness of the use of advertising by organizations engaged in the sale of motor vehicles / E. V. Isaenko, A. S. Tarasov // Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law. – 2014. – № 2(50) – Pp. 21-27.

11. Kornilov, D.A., Zaytsev, D.A., Raytsin, M.A. (2021). Rezul'taty issledovaniya po oborotam reklamy v russkoyazychnykh telegram-kanalakh [Results of a study on advertising turnover in Russian-language Telegram channels]. Aktual'nyye voprosy ekonomiki, menedzhmenta i innovatsiy. Materialy Mezdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii uchenykh, spetsialistov, prepodavateley vuzov, aspirantov, studentov (17 noyabrya 2021) [Current issues of economics, management and innovation. Proceedings of the International scientific and practical conference of scientists, specialists, university teachers, graduate students, students (November 17, 2021)]. Nizhny Novgorod. P. 32-35.

12. Lukina, E.A. (2023). Instrumenty prodvizheniya telegram kanala nekommercheskoy organizatsii [Tools for promoting a telegram channel of a non-profit organization]. Marketing MBA. Marketingovoye upravleniye predpriyatiyem [MBA Marketing. Marketing management of an enterprise]. 14 (1), 44-54. ISSN: 2078-6921

13. Makrinova, E.I., Rozdol'skaya, I.V., Matuzenko, E.V. (2021). Issledovaniye vozmozhnostey prodvizheniya biznesa na razlichnykh internet-platformakh s

ispol'zovaniyem instrumentov social media marketing [Researching the possibilities of promoting a business on various Internet platforms using social media marketing tools]. Fundamental'nyye issledovaniya [Fundamental Research]. 2, 38-43. ISSN: 1812-7339

14. Makrinova, E.I., Matuzenko, E.V., Kolesnikova, E.V. (2019). Sovremennyye trendy i tekhnologii postroyeniya reklamnykh kommunikatsiy v sotsial'nykh media [Modern trends and technologies for building advertising communications in social media]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 2 (75), 313-321. ISSN: 2223-5639

15. Poluyanova, D.V., Tulyakova, E.S. (2022). Sotsial'nyye seti kak instrument reklamnoy deyatel'nosti (na primere sotsial'nykh setey Vkontakte i Telegram) [Social networks as a tool for advertising activities (using the example of social networks VKontakte and Telegram)]. Ekonomika, finansy, proyektnoye upravleniye i sotsial'naya sistema Rossii: podkhody i perspektivy v usloviyakh ustoychivogo tsifrovogo razvitiya. Materialy regional'noy nauchno-prakticheskoy konferentsii studentov i molodykh uchonykh (20 maya 2022) [Economics, finance, project management and social system of Russia: approaches and

prospects in the context of sustainable digital development. Proceedings of the regional scientific and practical conference of students and young scientists (May 20, 2022)]. Ed. by E.V. Sobolev, A.Yu. Artyushkova. Krasnodar. P. 417-424.

16. Statistika Telegram [Telegram statistics. Retrieved from: <https://tgstat.ru/research-2023>].

17. Tarasova, E. E. The essence and trends in the development of advertising activities of market entities / E. E. Tarasova, I. Y. Korotkov // Bulletin of the Belgorod University of Consumer Cooperation. – 2010. – № 2(34). – Pp. 5-12

18. Shubayev, E.K., Medvedev, A.S. (2021). Aspekty metodiki otsenki reklamnogo rynka telegram-kanalov [Aspects of the methodology for assessing the advertising market of telegram channels]. Nauka i obrazovaniye v usloviyakh tsifrovoy transformatsii ekonomiki i obshchestva. Sbornik luchshikh dokladov X Natsional'noy nauchno-prakticheskoy konferentsiya instituta magistratury s mezhdunarodnym uchastiyem (19-20 aprelya 2021) [Science and education in the context of digital transformation of the economy and society. Collection of the best reports of the X National Scientific and Practical Conference of the Institute of Master's Degree with international participation (April 19-20, 2021)]. St. Petersburg. P. 298-304.

e-mail: matyzenko@rambler.ru

Тарасова Т.Ф.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики

Кучерявенко С.А.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры управления и экономики фармации

Шульгина М.В.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры управления и экономики фармации

СОДЕРЖАНИЕ, ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГОВОГО КОНТРОЛЯ В СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация. Актуальность проведенного в статье исследования обусловлена возрастающим интересом к вопросам маркетингового контроля в современных образовательных организациях высшего образования, усилением конкуренции между университетами, изменением ландшафта регионального, национального и внешнего образовательных рынков и рынков труда, вызванным трансформацией национальной системы высшего образования. Целью исследования является изучение содержания и идентификация специфических особенностей отрасли и особенностей конъюнктуры образовательного рынка, которые необходимо учитывать в процессе реализации функции маркетингового контроля в современных образовательных организациях. Методы исследования: приемы и методы классификации, агрегирования и обобщения, сравнение и экспертные оценки и обоснование выводов. Результаты исследования: определены основные подходы к содержанию и месту маркетингового контроля в системе управления маркетингом в образовательной организации, обоснована взаимосвязь системы менеджмента качества и маркетингового контроля, выделены особенности и направления внедрения маркетингового контроля в деятельности современных образовательных организаций высшего образования, предложен вариант реализации функции маркетингового контроля с вовлечением участников реализуемых процессов. Проведенные исследования позволили установить содержание, особенности и проблемы реализации маркетингового контроля, направленного на повышения социально-экономической эффективности образовательной организации. Результаты исследования могут быть использованы в процессе формирования маркетинговой политики образовательных организаций высшей школы.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговый контроль, маркетинговая стратегия, маркетинговая деятельность, инструменты маркетингового контроля, образовательные организации высшего образования, высшая школа.

Введение. В текущих условиях образовательные организации высшего образования вынуждены работать в достаточно неопределенной экономической среде и напряженной внешнеполитической обстановке. Многие образовательные организации России вынуждены искать новые вы-

ходы на международные образовательные рынки, университеты всячески стараются выделиться своими конкурентными преимуществами на локальном и российском образовательных рынках [7].

Актуальность исследования состоит в том, что для сохранения и преумноже-

ния достигнутых результатов российским университетам необходимо использование отдельных инструментов антикризисного управления.

При этом следует понимать, что антикризисное управление может использоваться не только для стабилизации, управления и минимизации последствий кризисных явлений, но и как превентивный механизм. Так, в стабильном состоянии необходимо использовать инструменты антикризисного управления для заблаговременного обнаружения потенциальных угроз деятельности образовательных организаций.

Рабочая гипотеза исследования в том, что маркетинговый контроль как необходимый элемент маркетинга и маркетинговой стратегии развития организаций направлен на совершенствование управления информацией и ресурсами внутри организации и коммуникаций с внешней средой, следовательно, его следует рассматривать как один из действенных механизмов антикризисного управления, обеспечения экономической безопасности и повышения социально-экономической эффективности образовательной организации.

Так, в некоторых исследованиях была выявлена прямая связь между улучшением показателей финансово-хозяйственной деятельности организаций и использованием маркетинговых инструментов в кризисных условиях [2], рассматриваются маркетинговые инструменты повышения эффективности управления нестабильными системами [10], система маркетингового контроля исследуется как фактор обеспечения экономической безопасности фирм [5, 3].

Современные образовательные организации направляют множество усилий на формирование реноме и привлекательного имиджа у потребителей образовательных услуг. В этом процессе ключевое место занимают продвижение и коммуникации, а также разработка маркетинго-

вой стратегии с выделением конкурентных преимуществ.

Целью исследования является изучение содержания и идентификация специфических особенностей образовательного рынка, которые необходимо учитывать в процессе реализации функции маркетингового контроля в современных образовательных организациях

Важность разработки маркетинговой стратегии подчеркивается ее ориентацией на долгосрочные результаты функционирования организаций на образовательном рынке. В условиях нестабильной внешней среды для образовательных организаций основополагающим должен стать стратегический маркетинговый подход, основанный на реализации функции маркетингового контроля.

Методы исследования. В ходе проведения исследования использовались системный и риск-ориентированный подходы. Результаты исследования были получены на основе приемов и методов классификации, агрегирования и обобщения, сравнения, экспертных оценок и сопровождались обоснованием выводов.

Научной базой исследования стали труды отечественных и зарубежных ученых в области проблематики проведения маркетингового контроля, преимущественно в образовательных организациях высшего образования.

Результаты исследования. Исследованию содержания, особенностей и проблем реализации функции маркетингового контроля в образовательных организациях посвящены научные труды Р.Е. Торгашева [8], А.Л. Коблева [4], Т.Ф. Масловой [4], Е.В. Полонского [6], Г.А. Веренициной [6].

Особо стоит отметить, А.Л. Коблеву, Т.Ф. Маслову [4], которые в своих трудах рассматривали направления проведения маркетингового контроля руководителем образовательной организации. Вызывает интерес подход Е.В. Полон-

ского [6] и Г.А. Веренициной [6], рассматривающих исключительно контроль качества образования. Г.Д. Бухарова [1] и Л.Д. Старикова [1] исследуют маркетинг в образовании, однако не выделяют маркетинговый контроль как отдельный элемент процесса. При этом, исследований по освещению маркетингового контроля как необходимого элемента маркетинга и маркетинговой стратегии развития организаций достаточно мало. Е.А. Хаустова [9] рассматривает отдельные аспекты маркетингового контроля в деятельности предприятия.

Можно предположить, что недостаточное внимание к этой теме в образовательных организациях обусловлено тем, что маркетинг ошибочно принято рассматривать преимущественно по отношению к коммерческим организациям.

Исследуя особенности организации маркетинговой деятельности в современных университетах, можно отметить, что общественность всё больше рассматривает образовательные организации как коммерческие организации в сфере предоставления услуг.

Во многом изменение видения обусловлено увеличением количества обучающихся на платной основе, а также усилением конкуренции между образовательными организациями. Эти факторы приводят к необходимости постоянного улучшения качества предоставляемых услуг, повышения узнаваемости бренда, использования современных инструментов для коммуникаций с текущими и потенциальными получателями образовательных услуг.

На сегодняшний день университеты зачастую рассматриваются не только как образовательная площадка, но и как научно-исследовательские центры, а также как площадки для коммерческой деятельности и стартапов. В связи с этим поддержа-

ние и продвижение уровня узнаваемости данных организаций должны происходить сразу по всем направлениям деятельности.

В связи с особенностями деятельности образовательных организаций стоит отметить, что маркетинговая стратегия развития университета должна не только охватывать достижение отдельных стратегических целей, но и заграживать цели в области качества как важнейшего элемента для формирования позитивного имиджа образовательной организации.

Маркетинговый контроль является неотъемлемой частью стратегического и оперативного управления современной образовательной организацией высшего образования.

Зачастую, перечисляя основные этапы разработки и внедрения маркетинговых стратегий, исследователи и практики упускают этот важный этап, что, на наш взгляд, является ошибочным. Описывая любой процесс внедрения маркетинговой стратегии, необходимо помнить, что после внедрения всегда следует контроль и внедрение необходимых корректировок в работу существующего механизма в соответствии с изменениями внутренней и внешней среды.

На рисунке 1 представлен процесс управления маркетингом в университете в виде постоянного цикла, начинающегося с исследования образовательного рынка. На основе полученных результатов анализа образовательного рынка формируется и начинает реализоваться маркетинговая стратегия образовательной организации. После внедрения стратегии маркетинга необходимо обеспечение постоянного контроля хода ее реализации. В случае выявления проблем и ошибок по итогам контрольных мероприятий может быть принято решение о необходимости маркетингового анализа внутренней и внешней среды.



Рис. 1. Схема управления маркетингом в университете

При следующем цикле после исследования рынка вместо разработки новой стратегии маркетинговой деятельности университета может производиться ее корректировка, а не полная замена.

Под маркетинговым контролем подразумевают систематическое на-

блюдение и оценку маркетинговой деятельности организации. Основные направления внедрения маркетингового контроля в образовательной деятельности и их содержание представлены на рисунке 2.



Рис. 2. Основные направления внедрения маркетингового контроля в образовательной деятельности

В целом, применительно ко всем образовательным организациям, в рамках маркетингового контроля могут использоваться такие инструменты, как анализ финансовых показателей (прибыльности, соотношение затрат и объемов реализуемых услуг и др.), исследование мнений потребителей и сотрудников (с помощью опросов, анкетирования, мониторинга интернет-ресурсов и др.), анализ показателей эффективности реализации стратегии (плановые показатели).

Одним из эффективных инструментов осуществления маркетингового контроля также можно назвать систему менеджмента качества. Во многом сферы менеджмента качества и маркетинг пересекаются по своей направленности: взаимодействие с внешней средой, управление ресурсами и персоналом, стратегическое планирование организации работы. Все эти действия в конечном счете ориентированы на рынок и имеют фокус на удовлетворение требований и ожиданий потребителей образовательных услуг.

Важным направлением в рамках маркетингового управления процессами является использование программно-целевых подходов, которые заключаются в создании взаимосвязи между целями плана с доступными ресурсами. Наиболее эффективным представляется механизм, при котором маркетинговый контроль осуществляется не только иерархично «сверху», но также включает в себя действия и меры самих работников, направленные на разрешение возникающих проблем и ошибок.

Одной из текущих проблем многих образовательных организаций является отсутствие налаженного механизма получения информации о возникающих проблемах и возможных путях их решения по направлению «снизу-вверх», то есть от сотрудников к руководству, а также на одном уровне. Особенно ярко эта проблема может проявляться в крупных университетах с большой разветвленной структурой. Со-

трудники могут сталкиваться с похожими проблемами в различных подразделениях. При этом в одном подразделении могут с успехом решать проблему, а в другом – не справиться с аналогичной ситуацией.

Одним из возможных путей реализации механизма получения и распространения информации на уровне сотрудников университета может быть использование специальной системы обращений от сотрудников, в которой они могут указывать возникшие проблемы и успешные примеры их решения, так называемые ППУ (предложения по улучшениям). Таким образом, информация становится доступной для всех участников процессов системы менеджмента качества, реализуемых в университете. Возможность быстрого нахождения решения проблемы с использованием подобной системы может повышать уровень заинтересованности сотрудников в ее пополнении и использовании. Подобный подход используется в японской философии менеджмента качества KAIZEN [11], которая направлена на разработку улучшений процессов за счет непосредственного участия вовлеченных в них лиц.

Выводы и заключение. Подводя итоги проведенного исследования, необходимо отметить, что, несмотря на все большую значимость инструментов маркетингового контроля в деятельности образовательных организаций, наблюдается недостаточная изученность этого вопроса. Результаты проведенного исследования позволили установить содержание, особенности и проблемы реализации маркетингового контроля в современных образовательных организациях высшей школы; взаимосвязь системы менеджмента качества и маркетингового контроля в образовательной организации. Проведенное исследование позволило идентифицировать основные направления маркетингового контроля с учетом специфики образовательного рынка, а также вариант повышения уровня вовлеченности сотруд-

ников в реализацию функции маркетингового контроля. Внедрение инструментов осуществления маркетингового контроля может позволить не только выявлять и решать возникающие проблемы, но и повышать качество продвижения и позиционирования реализуемых образовательных программ за счет постоянного совершенствования маркетинговой деятельности образовательной организации.

Список литературы

1. **Бухарова, Г. Д.** Маркетинг в образовании : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Г. Д. Бухарова, Л. Д. Старикова. – Москва : Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с. – Текст : непосредственный.
2. Влияние кризиса на маркетинговую политику компаний. – URL: https://www.cfin.ru/anticrisis/companies/cases/m_policy.shtml (дата обращения: 04.05.2023). – Текст : электронный
3. **Григорьев, А. Н.** Маркетинговый контроль и аудит организации / А. Н. Григорьев, М. В. Вишнева, М. К. Рудченко. – Текст : непосредственный // Интернаука. – 2019. – № 40–2(122). – С. 64–65.
4. **Коблева, А. Л.** Маркетинг образовательных услуг: функции, технологии и опыт : учебное пособие / А. Л. Коблева, Т. Ф. Маслова. – Ставрополь : Ставролит, 2019. – 116 с. – Текст : непосредственный.
5. **Ножкина, Е. Б.** Система маркетингового контроля как фактор обеспечения экономической безопасности фирм / Е. Б. Ножкина. – Текст : непосредственный // Экономическая безопасность и качество. – 2019. – № 1(34). – С. 24–28.
6. **Полонский, Е. В.** Маркетинг дополнительных образовательных услуг по профилю организации среднего профессионального образования как элемент системы качества образования / Е. В. Полонский, Г. А. Вереницина // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 15. – С. 1956–1960. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/96310.html> (дата обращения: 04.06.2023). – Текст : электронный.
7. **Семенов, И. В.** Ориентация на рынок российских компаний: постановка проблемы, исследование и перспективы / И. В. Семенов, П. С. Кубахов, Т. Г. Малкова. – Текст : непосредственный // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2009. – № 05(83). – С. 369–370.
8. **Торгашев, Р. Е.** Система управления маркетингом в образовательном учреждении: структурные элементы и тенденции развития / Р. Е. Торгашев. – Текст : непосредственный // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2015. – № 3. – С. 137–145.
9. **Хаустова, Е. А.** Маркетинговый контроль в деятельности предприятия / Е. А. Хаустова, Л. Э. Дубаневич. – Текст : непосредственный // Вестник Института мировых цивилизаций. – 2016. – № 13. – С. 38–44.
10. **Чупина, Я. В.** Маркетинговые инструменты повышения эффективности управления нестабильными системами : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Чупина Яна Владиленовна. – Москва, 2015. – 145 с. – Текст : непосредственный.
11. Masaaki Imai. (1986). Kaizen: The Key to Japan's Competitive Success, 260 p.

Tarasova T.F.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Chair of Economics

Kucheryavenko S.A.

Belgorod State National Research University, Candidate in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Chair of Management and Economics of Pharmacy

Shulgina M.V.

Belgorod State National Research University, Candidate in Economics, Senior Lecturer, Chair of Management and Economics of Pharmacy

CONTENT, FEATURES AND PROBLEMS OF MARKETING CONTROL FUNCTION IMPLEMENTING IN MODERN EDUCATIONAL ORGANIZATIONS

Abstract. The relevance of the research carried out in the article is due to the growing interest in issues of marketing control in modern educational organizations of higher education, increased competition between universities, changes in the landscape of regional, national and external educational markets, and labor markets caused by the transformation of the national higher education system. The purpose of the study is to study the content and identify the specific features of the industry and the peculiarities of the educational market conditions, which must be taken into account in the process of implementing the function of marketing control in modern educational organizations. Research methods: techniques and methods of classification, aggregation and generalization, comparison and expert assessments and substantiation of conclusions. Research results: the main approaches to the content and place of marketing control in the marketing management system in an educational organization are determined, the relationship between the quality management system and marketing control is substantiated, the features and directions for the implementation of marketing control in the activities of modern educational organizations of higher education are highlighted, an option for implementing the marketing control function is proposed with the involvement of participants in the processes being implemented. The conducted research made it possible to establish the content, features and problems of implementing marketing control aimed at increasing the socio-economic efficiency of an educational organization. The results of the study can be used in the process of forming the marketing policy of higher education organizations.

Keywords: marketing, marketing control, marketing strategy, marketing activities, marketing control tools, educational organizations of higher education, higher school.

References

1. Bukharova, G.D., Starikova, L.D. (2010). Marketing v obrazovanii: ucheb. posobiye dlya stud. vyssh. ucheb. zavedeniy [Marketing in education: textbook for students of higher schools]. M.: Published by Akademiya.

2. Vliyaniye krizisa na marketingovuyu politiku kompanii [The impact of the crisis on the company's marketing policy]. Retrieved

from: https://www.cfin.ru/anticrisis/companies/cases/m_policy.shtml

3. Grigor'yev, A.N., Vishneva, M.V., Rudchenko, M.K. (2019). Marketingovyy kontrol' i audit organizatsii [Marketing control and audit of the organization]. Internauka [Interscience]. 40-2(122), 64-65.

4. Kobleva, A.L., Maslova, T.F. (2019). Marketing obrazovatel'nykh uslug: funktsii, tekhnologii i opyt: uchebnoye posobiye [Marketing of educational services: functions,

technologies and experience: textbook]. Stavropol: Stavrolit.

5. Nozhkina, E.B. (2019). Sistema marketingovogo kontrolya kak faktor obespecheniya ekonomiceskoy bezopasnosti firm [Marketing control system as a factor in ensuring economic security of firms. Ekonomiceskaya bezopasnost' i kachestvo [Economic Security and Quality]. 1 (34), 24-28.

6. Polonskiy, E.V., Verenitsina, G.A. (2016). Marketing dopolnitel'nykh obrazovatel'nykh uslug po profilyu organizatsii srednego professional'nogo obrazovaniya kak element sistemy kachestva obrazovaniya [Marketing of additional educational services in the profile of the organization of secondary vocational education as an element of the education quality system]. Nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal «Kontsept» [Scientific and methodological electronic journal "Concept"]. 15, 1956–1960. Retrieved from: <http://e-koncept.ru/2016/96310.htm>

7. Semenov, I.V., Kubakhov, P.S., Malkova, T.G. (2009). Oriyentatsiya na rynok rossiyskikh kompaniy: postanovka problemy, issledovaniye i perspektivy [Market orientation of Russian companies: problem

statement, research and prospects]. Marketing i marketingovyye issledovaniya [Marketing and Market Research]. 05 (83), 369-370.

8. Torgashev, R.E. (2015). Cistema upravleniya marketingom v obrazovatel'nom uchrezhdenii: strukturnyye elementy i tendentsii razvitiya [Marketing management system in an educational institution: structural elements and development trends]. Vestnik RGGU. Seriya «Ekonomika. Upravleniye. Pravo» [Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series "Economics. Control. Right"]. 3, 137-145.

9. Khaustova, E.A., Dubanevich, L.E. (2016). Marketingovyy kontrol' v deyatel'nosti predpriyatiya [Marketing control in the activities of the enterprise]. Vestnik Instituta mirovykh tsivilizatsiy [Bulletin of the Institute of World Civilizations]. 13, 38-44.

10. Chupina, Ya.V. (2015). Marketingovyye instrumenty povysheniya effektivnosti upravleniya nestabil'nymi sistemami: diss... kand. ekonom. nauk: 08.00.05 [Marketing tools for increasing the efficiency of management of unstable systems: dissertation for the degree of Candidate in Economics: 08.00.05]. Moscow.

11. Masaaki, Imai. (1986). Kaizen: The Key to Japan's Competitive Success, 260 p.

e-mail: tarasova-tf@mail.ru

Тхориков Б.А.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) (г. Москва), д-р экон. наук, доцент, зав. кафедрой коммерции и сервиса

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ОКУЛОГРАФИЧЕСКИХ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аннотация. В статье раскрывается последовательность проведения окулографических (айтрекинговых) наблюдений в области потребительского поведения и покупательских предпочтений. Описываются процедуры постановки цели и выдвижения иерархически и содержательно связанных гипотез исследования для решения прикладных научных и бизнес-задач на основе окулографических нейромаркетинговых исследований. Приведены структура плана исследования и особенности его подготовки с учетом накопленного многолетнего эмпирического опыта и специфики анализа сценариев поведения покупателей в магазинах розничной торговли и сферы услуг. В том числе описываются возможности и порядок комбинированного сочетания айтреингового наблюдения, глубинного интервьюирования и анкетирования; формирование и обоснование малых выборок (8-60 респондентов) с помощью индуктивной техники 4Vs (Volume – объем, Variety – разнообразие, Veracity – достоверность, Velocity – скорость) от компании IBM. Подробно раскрывается связь метрик окулографических наблюдений с ограничениями маркетинговой информации (ясность, достоверность, вовлеченность) и познавательными психическими процессами человека. Объясняется, каким образом можно измерить (оценить) ясность и внимание, достоверность и запоминаемость, вовлечение и интерес изучаемого объекта. Приведены некорректные и удачные решения при подготовке окулографических наблюдений. В завершение перечисляются распространенные сложности, которые также позволяет преодолевать предлагаемая методология.

Ключевые слова: окулография, айтреинг, нейромаркетинг, методология исследований.

Введение. «Нельзя управлять тем, что невозможно измерить» – гласит известная управленческая аксиома от американского теоретика менеджмента Петера Друкера. Поэтому для эффективного управления покупательским поведением маркетологи проводят множество измерений – от общих, как определение численности целевых аудиторий, до специализированных, например, клиентского опыта, выраженного через показатели удовлетворенности (*customer satisfaction score*, CSAT), потребительских усилий (*customer effort score*, CES) и другие.

Однако любое из специализированных измерений сопряжено с известными проблемами полноты и точности получае-

мых результатов из-за использования вторичной по отношению к объекту анализа информации. Это могут быть результирующие данные какого-либо покупательского действия, например, конверсия или выручка. Или объяснения таких действий, получаемые от самих покупателей (респондентов), в откровенности и осознанности которых удостовериться чрезвычайно сложно.

В связи с этим появление нейромаркетинговых инструментов, использующих средства объективного контроля при изучении действий покупателей, то есть собирающих для анализа первичную информацию, было с интересом встречено в профессиональном сообществе [9]. Одним

из них и самым распространенным является айтрекинг, или окулография, – технология отслеживания движений глаз и фиксации взгляда.

Феномен зрительного внимания изучается более века. Ранние исследования технологически ограничивались простыми зрительными наблюдениями, современные – используют оборудование, собирающее данные с частотой до 250 Гц.

В основе айтрекинга лежит доказанный научный факт – человек не может перемещать взгляд в одно место и одновременно обрабатывать визуальную информацию из другого. То есть смотреть на объект и не воспринимать его человек может, а вот увидеть что-либо без прямого зрительного контакта – нет. Такая нейроанатомическая особенность делает возможной фиксацию зрительного контакта с объектом анализа (реклама, товар на полке в магазине, навигационный указать и прочее) или на его части и последующую оценку реакции человека на увиденный стимул.

При кажущейся простоте окулографические исследования требуют тщательной подготовки. Как нельзя дважды произвести первое впечатление, так и невозможно в точности повторить первую реакцию на зрительный стимул. Поэтому критически важно подготовить исследование таким образом, чтобы респонденты с первой попытки выполнили все задания, а маркетологи получили корректную и действительно полезную информацию. В противном случае есть риск собрать гигабайты данных с бесцельно блуждающими или, наоборот, предельно сконцентрированными взглядами испытуемых, малополезными для анализа.

Решить подобную проблему способна методология исследования – описание порядка использования средств (способов) сбора и обработки данных, расчета и интерпретации конечных результатов.

Однако до настоящего времени она еще не сформирована. Главным образом,

из-за материально-технической ограниченности – лишь немногие исследовательские коллективы располагают айтрекерами, большинство не проводят полевые наблюдения и эксперименты [2, 3], рассказывая затем о возникших сложностях и лучших практиках. Из-за чего ученые, впервые использующие окулографические методы, вынуждены проектировать свои исследования интуитивно, адаптировать методологию классических маркетинговых исследований или механистически копировать порядок действий схожих исследований, изложенных в доступных научных публикациях, как правило, в усеченном виде [1, 6].

Методы исследования. Для решения названной проблемы разработана методология нейромаркетинговых айтрекинговых исследований, включившая опыт проведения более 70 окулографических наблюдений с использованием различных айтрекеров и программного обеспечения в период 2019–2023 гг. на базе международного центра симуляционного обучения и научных исследований в области нейромаркетинговых технологий НИУ «БелГУ». Обширная эмпирическая основа позволила учесть множество общих и частных исследовательских нюансов, обеспечивающих гибкость методологии для решения разнообразных научно-исследовательских и прикладных бизнес-задач в области потребительского поведения.

Результаты исследования. Методология включает пять последовательных этапов.

1 этап – формулировка цели наблюдения.

Окулографические наблюдения призваны собрать эмпирическую информацию о факторах, стимулирующих, по мнению исследователей, какое-либо покупательское действие, выступающее объектом изучения. Поэтому в цели необходимо отразить изучаемые действия покупателей и указать направление дальнейшего использования собранной информации.

Пример цели – сбор эмпирической информации о факторах, стимулирующих импульсные покупки в стриме, необходимой для разработки методики повышения коммерческой эффективности цифровой торговли.

В этом случае исследователей интересуют конкретные приемы стримеров, побуждающие зрителей к совершению незапланированных покупок в реальном времени. Что это за приемы – внешний вид ведущего в кадре, особенная демонстрация продукта или что-то иное – необходимо определить заранее, используя вторичные данные. И конкретизировать их в исследовательских гипотезах.

2 этап – выдвижение гипотез исследования.

От точности гипотез окулографических наблюдений зависит итоговый результат. Отражение в них причинно-следственной связи между каким-либо фактором и результирующим событием упрощает подготовку заданий для испытуемых и конкретизирует область поискового интереса. В противном случае, без первоначального объяснения причин покупательских действий, невозможно будет количественно

измерить влияющие на них переменные. Наблюдение станет чрезвычайно неструктурированным, действия наблюдаемых избыточно вариативными, что зачастую приводит к ложной корреляции и абсурдным выводам.

Пример гипотезы исследования – продолжительность стрима не должна превышать 20 минут, так как происходит снижение зрительского внимания, и, наоборот, сокращение времени стрима положительно влияет на вовлеченность.

Названная гипотеза позволяет спроектировать два задания для участников – посмотреть стримы разной продолжительности и количественно измерить их качественные характеристики (внимание и вовлечение), дальнейшее сравнение которых поможет выбрать оптимальный хронометраж.

При подборе гипотез целесообразно, чтобы они имели иерархическую связь. В таком случае подтверждение одной гипотезы (H) сформирует основу для подтверждения или опровержения другой (см. рис. 1) и задает направления будущего корреляционно-регрессионного и (или) конфирматорного факторного анализа.

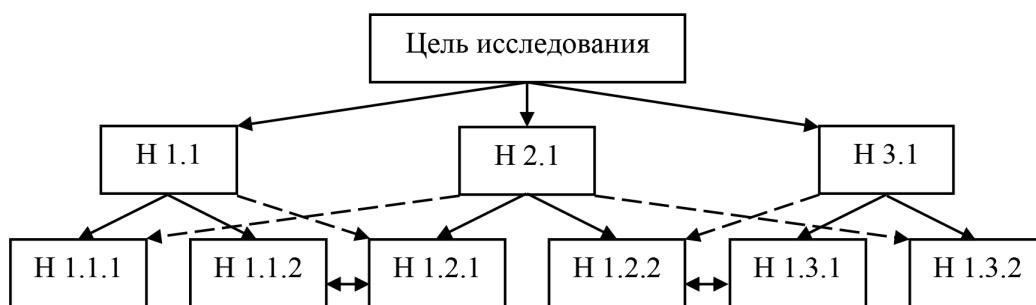


Рис. 1. Иерархическая и содержательная взаимосвязь гипотез исследования

3 этап – план исследования.

При подготовке окулографических наблюдений необходимо предварительно конкретизировать следующие позиции плана.

3.1. Методы (способы) исследования – варианты процессов получения необходимых сведений об объекте изучения.

Для комплексности получаемых данных рекомендуется последовательно использовать три метода: 1) айтреинговое наблюдение, 2) глубинное интервьюирование, 3) анкетирование. Айтреинг дает объективную информацию о действиях и зрительной активности испытуемых, отдельные проявления которых уточняются

у этих же людей в ходе интервьюирования и используются для оценки распространности анализируемого признака или характеристики поведения в генеральной выборке с помощью анкетирования.

Исследователи вольны подбирать различные индикаторы и показатели для измерения и анализа контролируемых признаков объекта изучения. Однако применительно к специфике покупательского

поведения с привлечением нейромаркетинговых технологий при формировании пулла индикаторов мы предлагаем ориентироваться на взаимосвязь между ограничениями маркетинговой информации (рис. 2) и группами познавательных психических процессов, регистрируемых с помощью окулографических наблюдений (табл. 1).



Рис. 2. Ограничения эффективности маркетинговых коммуникаций

Ясность – скорость идентификации ценности товара или уникального-торгового предложения (УТП) при краткосрочном контакте получателя с рекламным материалом (в течение 1–3 секунд). Если зрители не смогут декодировать рекламное сообщение, например, из-за его сложности, информационной избыточности или чрезмерной оригинальности, реклама останется непонятой и не принесет желаемого эффекта.

Достоверность – отражение реальных возможностей, свойств, условий продажи рекламируемых товаров, в том числе соответствующих и непротиворечящих ожиданиям целевой аудитории (ЦА). В случае сообщения сведений, реально недостоверных или таковых по мнению зрителей, рекламные материалы ставятся под сомнения – получатели информации начнут предполагать, что их пытаются ввести в заблуждение и рекламный эффект не наступит.

Вовлечение – сила побуждения к совершению дальнейших действий, в том числе немедленных, в отношении рекламируемых продуктов. Маркетинговые коммуникации, не обладающие подобной силой, остаются незамеченными, не привлекшими внимания и не оказавшими влияние на покупательское поведение, то есть неэффективными.

К числу познавательных психических процессов, наиболее результативно измеряемых с помощью окулографических наблюдений, относятся следующие.

Внимание – избирательная направленность зрительного восприятия на анализируемый объект (рекламный баннер, товар на прилавке и прочее) для сбора данных о нем. В момент зрительного контакта с объектом происходит когнитивная работа мозга, связанная с попыткой обработки и запоминания увиденных материалов.

Интерес – субъективное желание удерживать внимание на каком-либо объекте.

Запоминаемость – индивидуальный объем запомненной информации об увиденном.

Таблица 1

Метрик окулографических наблюдений

Ограничения маркетинговой информации		Познавательные психические процессы	Метрики окулографических наблюдений
Ясность	Внимание		<p>Время до первой фиксации (Time to first fixation, TTFF) – затраты времени до первой фиксации взгляда в зоне интереса (Area of interest, AOI) – на анализируемом объекте или его части.</p> <p>Отвечает на условный вопрос: «как долго респондент искал нужный объект?»</p> <p>Последовательность фиксации (Fixation sequences, FS) – на основе положения фиксации (где?) и информации о времени (когда?) строится траектория последовательность приоритетов в визуальной сцене.</p> <p>Отвечает на условный вопрос: «какой порядок внимания был у респондентов – какой объект заметили первым, вторым, третьим?»</p>
Достоверность	Запоминаемость		<p>Необходимо использовать комбинацию метрик:</p> <p>Разнообразие фиксаций (Differents on fixation, DOF) – количество уникальных элементов, зафиксированных (замеченных) респондентом;</p> <p>Тестирование – количество уникальных элементов (их названия), которые респондент смог назвать после завершения наблюдения.</p> <p>Отвечает на условный вопрос: «что запомнил респондент?» По итогам соотношения результатов DOF и тестирования можно судить об объеме запомненной информации</p>
Вовлечение	Интерес		<p>Время просмотра анализируемого объекта (Time spent, TS) – затраты времени на визуальное изучение анализируемого объекта. Чем дольше человек смотрит на какой-то объект, по сравнению с другими, игнорируя прочие стимулы периферийного зрения, тем больший интерес он вызывает.</p> <p>Отвечает на условный вопрос: «какой из анализируемых объектов наиболее интересен?»</p>

Комбинированное сочетание перечисленных и прочих метрик [8] позволяет спроектировать сбор информации таким образом, чтобы выйти на ключевую проблему – поведение потребителей отличается от планируемого из-за неясности рекламных коммуникаций, их воспринимаемой недостоверности и (или) недостаточного вовлечения, что в свою

очередь проявляется в низком внимании, интересе и (или) запоминаемости.

3.2. Инструменты исследования – методические и технические приемы, используемые в процессе сбора требуемой информации.

Соответственно упомянутым выше методам необходимо разработать задания для респондентов, гайд для глубинного

интервьюирования, анкеты для опроса, а также описать материальную базу исследования.

Задания должны иметь схематическую визуализацию действий наблюдаемых. Опыт показывает, что при подготовке таких схем, хотя бы в последовательности пиктограмм, исследователи сами начинают лучше понимать суть заданий и определяют наиболее информативные из них для лучшего расчета выбранных метрик окулографических наблюдений. Кроме того, упрощается объяснение специфики проведения наблюдения ассистентам, если таковые привлекаются.

Пример задания и его визуализации – участник наблюдения должен самостоятельно дойти до анализируемой витрины в магазине, выбрать любой товар из представленных на ней (среди которых находится продукция изучаемого бренда, его ближайших конкурентов и малоизвестных производителей). Контролируемыми метриками выступают: 1) время нахождения витрины; 2) первая фиксация взгляда; 3) общая продолжительность зрительного контакта с товарами на витрине и удельный вес для каждого из них; 4) выбранный товар (рис. 3).



Рис. 3. Пример визуализации задания для проверки гипотезы окулографического наблюдения

При описании материальной базы исследования необходимо перечислить торговые названия инструментов исследования, страну изготовителя и основные технические характеристики. Это позволяет читателям получить общее представление о точности результатов и потенциальной сопоставимости «сырых» данных (Raw data).

Пример – материальную базу составили: носимые айтрекеры Tobii Pro Glasses 3 Wireless 100 (Швеция); ноутбук HP Elitebook 840 (Intel Core i5, 2.40 GHz, ОС Windows 11, США); стационарный компьютер (Intel Core i7, 3.60 GHz, ОС Windows 11, сборка Ситилинк, Россия), монитор Philips 243V (23.6", 60 Hz, Нидерланды). Полученная информация обработана, систематизирована, нормирована и

визуализирована с помощью программного обеспечения Tobii Pro lab (v. 1.194, Швеция), данных SPSS Statistics, пакета офисных программ Microsoft 365.

3.3. Размер выборки и рекрутинг участников – количество человек, которых необходимо отобрать из генеральной совокупности для проведения наблюдения, интервьюирования, анкетирования, и описание способов взаимодействия с ними.

В отечественной науке неизменным фактором надежности результатов исследований служит большой размер выборки – «опрошено 3500 человек...», «проведено наблюдение за 500 пациентами...», «собраны данные из 320 компаний...». То есть, чем больше – тем лучше. Однако для когнитивных наук, из-за трудоемкости исследований и принципиально иного каче-

ства получаемой информации, выборочная совокупность ограничивается 8–60 участниками [4, 5]. Такой контраст (3500 и 8) вызывает естественное недоумение. Поэтому в западных странах при проектировании когнитивных исследований отказываются от прямых статистических расчетов выборки (не гарантирующих точность и отсутствие ошибок) и переходят к Big Data. Точнее, к своеобразной индуктивной технике аргументации – 4Vs' от компании IBM.

4Vs' – аббревиатура от английских Volume, Variety, Veracity, Velocity. С помощью этих характеристик IBM описывает большие данные, а ученые – достаточность собранной информации.

Volume (объем). В цифровую эпоху это буквально объем данных: сколько гигабайтов информации вы получили в процессе исследования. Например, запись айтрекинговых нейромаркетинговых экспериментов превышает 150 Гб. Что в тысячи раз больше текстового файла с данными самых обширных опросов.

Variety (разнообразие). Означает общую неструктурированность информации, позволяющую создать множество классификаций или группировок данных, каждая из которых может быть интерпретирована по-своему. Например, результаты опроса могут группироваться по демографическим характеристикам респондентов. Скажем, все мужчины старше 40 лет выбрали красные кроссовки. В случае нейромаркетинговых исследований возможно установить, между какими кроссовками был выбор, сколько он длился в секундах и многое еще, так как имеются сотни гигабайт неструктурированной информации (не ограниченной вопросами анкеты).

Veracity (достоверность). Наличие доказательств реальности проведения сбора информации и отсутствия ложных данных. Например, читая в статье о результатах многотысячного анкетирования, приходится только верить авторам и на-

деяться, что никто из них не проставил галочки за респондентов. Первичные данные когнитивных исследований (те самые сотни гигабайтов) можно выгрузить в Облако и указать в публикации ссылку.

Velocity (скорость). Возможность быстрой, стремящейся к реальному времени, обратки собранных данных. Например, для обработки федерального телефонного опроса может потребоваться несколько дней, за которые жизнь целой страны способна кардинально измениться и сделать результаты бесполезными. Обработка же материалов когнитивных исследований осуществляется за несколько часов. Следовательно, результаты будут связаны с текущим контекстом происходящих событий и интерпретированы верно.

Остается только описать по названным 4Vs' процедуру формирования выборки. Например, вот так. Мы считаем выборку из 20 студентов достаточной для достижения целей исследования, так как собранные данные являются «большими» с позиции 4Vs'. Так, в частности, непрерывное отслеживание движения глаз с частотой 100 Гц обеспечило сбор и компьютерную обработку 217 Гб информации (Volume, объем; Velocity, скорость), которая содержит нескольких типов данных (фиксации, саккады, тепловые карты, траектории сканирования, порядок кликов и прочее), обеспечивая необходимое разнообразие (Variety). По запросу заинтересованных сторон первичная информация будет передана в обезличенном CSV-формате (Veracity, достоверность).

Ограниченнность числа участников наблюдения (8–60 человек) повышает требования к ним. Важно тщательно отбирать респондентов по необходимому набору признаков – покупательские предпочтения, опыт использования какого-либо продукта и прочее. Конкретные социально-демографические и поведенческие характеристики участников исследования будут различаться в зависимости от объекта анализа.

Однако мы рекомендуем ориентироваться на возраст 20–55 лет. Данный возрастной интервал определен исходя из условного сочетания трех факторов – активное потребительское поведение, потенциальная платежеспособность и продвинутый уровень компьютерной грамотности; имеющих важное значение для большинства нейромаркетинговых исследований.

В начале проведения наблюдения участникам необходимо объяснить его цели и этические аспекты, порядок поведения в процессе айтркетинга, основы техники безопасности при взаимодействии с исследовательским оборудованием, а также подтвердить отсутствие конфликтов интересов – заинтересованность в определенных результатах.

Насколько полно участники наблюдения будут посвящены в содержание заданий, определяется целями и гипотезами исследования. Так, участники могут знать о контролируемых метриках или аспектах поведения, иметь частичное представление о таковых, действовать полностью свободно («делай, что хочешь») или руководствоваться специально искаженной информацией об испытаниях («участник думает, что контролируется фактор А, но в действительности – фактор Б»).

При инструктаже необходимо просить участников вести себя естественно, не делать попыток скорректировать поведение или контролировать направления взгляда. Можно не запрещать использование мобильных гаджетов. Опыт показывает, что через 2–3 минуты степень контроля за зрительной активностью снижается и возобновляются действия, близкие к привычным. Поэтому при проектировании заданий необходимо предусмотреть время на адаптацию.

Участники должны знать, что в любой момент могут прекратить выполнение заданий и отказаться от дальнейшего наблюдения. Делать паузы не рекомендуется, если участник просит прерваться, то лучше его исключить из числа испытуемых и не

тратить ресурсы, так как результаты будут значительно отличаться и в итоге окажутся отбракованными на аналитическом этапе.

После завершения окулографического наблюдения целесообразно провести первичную обработку результатов для уточнения исследовательского гайда и пригласить участника на глубинное интервьюирование. Время обработки занимает 15–20 минут, этого достаточно, чтобы участники наблюдения были готовы переключиться на новый вид деятельности и не забыли индивидуальные впечатления о только что выполняемых заданиях.

Расчет выборки для анкетирования проводится по общим правилам обеспечения репрезентативности. В наших исследованиях объем выборочной совокупности редко превышал 220 человек и этого было достаточно для надежности расчетов, связей и выводов конfirmаторного факторного анализа.

Анкетирование рекомендуется проводить с использованием сервиса Google Forms и персонального приглашения, направляемого исследовательской командой конкретным участникам, что позволяет контролировать качество выборки.

3.4. Место и время наблюдения – локация и время, к которым будет отнесена собранная информация.

Краткая характеристика позволяет читателям погрузиться в контекст – наблюдение проходит в супермаркете, магазине у дома, районной поликлинике или в кабинетных условиях, а исследователям – дополнительно удостовериться на этапе планирования в доступности выбранной локации, возможности поддержания нужного состояния контролируемых факторов на протяжении всего периода наблюдений и прочее.

С учетом инструктажа (\approx 3 мин), объяснения выполняемых заданий (\approx 5 мин), калибровки оборудования (\approx 1 мин), проведения самого наблюдения (\approx 30 минут), первичной обработки результатов

(≈ 15 мин) и интервьюирования (≈ 30 минут) средние затраты времени на одного респондента составят около 1,5 часов. Поэтому для одного комплекта оборудования не рекомендуется планировать более 5 наблюдений в день, так как последние участники будут выполнять задания в вечернее время суток под влиянием накопленной усталости и прочих эмоциональных переживаний, что непременно отразится на результатах из-за состояния их нейромедиаторных систем (возбуждающей глутаматной и тормозной ГАМК-ergicеской).

4 этап – обработка результатов и визуализация данных.

Существуют три подхода к обработке данных: 1) автоматизированный, при котором размечаются области интереса, задаются интересуемые метрики, и специализированное программное обеспечение выполняет все расчеты; 2) ручной – исследователь самостоятельно фиксирует интересующие его события, их продолжительность и значения признаков по выбранным метрикам; 3) комбинация автоматизированного и ручного подхода.

Собранная информация необходима для доказательства / опровержения гипотез. Рекомендуем использовать для этого компьютерную программу для статистической обработки данных SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences).

Для визуализации полученных ре-

зультатов целесообразно использовать тепловые карты, расчетные таблицы и фотографии с места проведения наблюдений, в том числе с наглядными материалами заданий для респондентов [7].

5 этап – подтверждение / опровержение гипотез. Подготовка выводов.

На завершающем этапе необходимо принять решение о жизнеспособности или несостоятельности каждой из гипотезы исследования. Результаты корреляционно-регрессионного и конфирматорного факторного анализа могут служить значимой аргументационной базой, однако трактовать их однозначно не следует.

Если сила связей слабая или возникают сомнения в возможности тиражирования результатов, лучше повторить наблюдение, скорректировав задания для респондентов. Это либо увеличит эмпирическую базу для анализа, либо подтвердит опасения исследователей. В любой случае, не стоит механистически добиваться положительной связи, в таком случае она с высокой вероятностью окажется ложноположительной.

Формализацию результатов возможно представлять в табличном виде с указанием значимости и вариантов применения собранной информации (табл. 2).

Для удобства запоминания и применения рассмотренные материалы представлены в таблице 3 в обобщенном виде.

Таблица 2

Пример оформления результатов подтверждения гипотез

Гипотезы исследования	Содержание гипотез	Результат	Теоретическая и прикладная значимость
H1	Продолжительность стрима не должна превышать 20 минут, так как происходит снижение зрительского внимания, и, наоборот, сокращение времени стрима положительно влияет на вовлеченность	Не подтверждена	Дальнейшее изучение продолжительности стримов нецелесообразно. Универсального хронометража, скорее всего, не существует. Время проведения стрима должно определяться соответственно бизнес-задачам

**Этапы методологии проведения окулографических
нейромаркетинговых исследований**

Этап исследования	Содержание этапа
1. Формулировка цели	Сбор эмпирической информации о факторах, стимулирующих какое-либо покупательское действие, выступающее объектом изучения
2. Выдвижение гипотез	Формулировка способов использования факторов потребительского поведения для достижения бизнес-целей
3. Планирование исследования	Описание процедур достижения цели
3.1. Способы исследования	Как будут получаться сведения об объекте изучения?
3.2. Инструменты исследования	Какие технические средства для сбора информации будут использоваться?
3.3. Размер выборки и рекрутинг участников	Какое количество участников исследования потребуется и где их найти?
3.4. Место и время наблюдения	Где и когда пройдет исследование?
4. Обработка результатов и визуализация данных	Используемые подходы и программное обеспечение для обработки и анализа данных
5. Подтверждение / опровержение гипотез. Подготовка выводов	Вынесение вердикта о достоверности гипотез исследований и предложение вариантов использования новой информации

Выводы и заключение. Описанная методология и предложенные в ней рекомендации позволяют преодолеть распространенные сложности и повысить результативность окулографических наблюдений, в том числе:

1. Тщательная и критическая подготовка заданий для участников наблюдения нивелирует неточность айтрекингового оборудования в реальных условиях и сокращает общее время исследования.

2. Информирование участников наблюдения обеспечит соблюдение принципов этики исследований и повысит качество выполняемых ими испытаний.

3. Механизм определения и отбора участников наблюдения гарантирует достаточную точность результатов на малой выборке.

4. Иерархический подход к выбору метрик окулографических наблю-

дений делает сопоставимыми результаты индивидуальных наблюдений с помощью единообразной интерпретации зрительной активности участников наблюдения.

5. Комбинация способов исследования помогает точнее объяснить мотивацию потребительского поведения, особенности выявленной зрительной активности и распространенность изучаемых признаков в генеральной совокупности (целевой аудитории).

Список литературы

1. Винник, А. Е. Анализ показателей рынка и перспективы развития онлайн-образования в сегменте массовых открытых онлайн-курсов / А. Е. Винник, С. Н. Прядко. – Текст : непосредственный // Вестник Астраханского государственного

- технического университета. Серия: Экономика. – 2023. – № 2. – С. 118–124.
2. **Исаева, А. А.** Социальная реклама приютов для животных / А. А. Исаева // Вестник науки. – 2023. – № 7(64). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-reklama-priyutov-dlya-zhivotnyh> (дата обращения: 27.10.2023). – Текст : электронный.
3. **Ковалева, О. Л.** Технологии нейромаркетинговых исследований: инструменты и методология / О. Л. Ковалева. – Текст : непосредственный // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. – 2023. – № 1(63). – С. 57–60.
4. **Меньшикова, Г. Я.** Особенности восприятия привлекательности лица при разном уровне эмоционального интеллекта // Г. Я. Меньшикова, А. О. Пичугина. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2023. – № 1. – С. 100–120.
5. **Розова, Н. К.** Метод айтрекинга в исследовании распознавания исторических личностей различными возрастными группами / Н. К. Розова, М. Ю. Абабкова. – Текст : непосредственный // Россия в глобальном мире. – 2023. – № 22(1). – С. 147–158.
6. **Смирнова, Я. К.** Психолого-педагогические исследования / Я. К. Смирнова. – Текст : непосредственный // психолого-педагогические исследования. – 2023. – Т. 15. – № 2. – С. 131–154.
7. **Тхориков, Б. А.** Айтрекинговое исследование эффективности видеолекций при смешанном обучении / Б. А. Тхориков [и др.]. – Текст : непосредственный // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2023. – № 1(87). – С. 139–156.
8. **Ярош, О. Б.** Визуальный нейромаркетинг: методы измерения и метрики / О. Б. Ярош. – Текст : непосредственный // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Биология. Химия. – 2020. – Т. 6. – № 1. – С. 240–250.
9. **Duchowski, T. A.** Eye tracking: methodology theory and practice / T. A. Duchowski. Springer International Publishing AG, 2017.

METHODOLOGY FOR CONDUCTING OCULOGRAPHIC NEUROMARKETING RESEARCH

Abstract. The article reveals the sequence of oculographic (eye-tracking) observations in the field of consumer behavior and purchasing preferences. The procedures for setting goals and putting forward hierarchically and meaningfully related research hypotheses for solving applied scientific and business problems based on oculographic neuromarketing research are described. The structure of the research plan and the features of its preparation are given, taking into account the accumulated many years of empirical experience and the specifics of the analysis of customer behavior scenarios in retail stores and the service sector. In particular, the possibilities and procedure for combining eye-tracking observation, in-depth interviewing and questioning are described; formation and justification of small samples (8–60 respondents) using the 4Vs inductive technique (Volume – volume, Variety – diversity, Veracity – reliability, Velocity – speed) from IBM. The connection between oculographic observation metrics and the limitations of marketing information (clarity, reliability, involvement) and human cognitive mental processes is revealed in detail. It explains how you can measure (evaluate) clarity and attention, reliability and memorability, involvement and interest of the object being studied. Incorrect and successful solutions when preparing oculographic observations are given. Finally, common difficulties are listed that the proposed methodology also allows to overcome.

Keywords: oculography, eye tracking, neuromarketing, research methodology.

References

1. Vinnik, A.E., Pryadko, S.N. (2023). Analiz pokazateley rynka i perspektiv razvitiya onlayn-obrazovaniya v segmente massovykh otkrytykh onlayn-kursov [Analysis of market indicators and prospects for the development of online education in the segment of massive open online courses]. Vestnik Astrakhanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika [Bulletin of Astrakhan State Technical University. Series: Economics]. 2, 118-124.
2. Isaeva, A.A. (2023). Sotsial'naya reklama priyutov dlya zhivotnykh [Social advertising for animal shelters]. Vestnik nauki [Bulletin of Science]. 7 (64). Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-reklama-priyutov-dlya-zhivotnyh>
3. Kovaleva, O.L. Tekhnologii neyromarketingovykh issledovaniy: instrumenty i metodologiya [Neuromarketing research technologies: tools and methodology]. Ekonomicheskiye i yuridicheskiye [Economic and Legal]. 1 (63). 57-60.
4. Menshikova, G.Ya. (2023). Pichugina, A.O. Osobennosti vospriyatiya privlekatel'nosti litsa pri raznom urovne emotSIONAL'nogo intellekta [Peculiarities of perception of facial attractiveness at different levels of emotional intelligence]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14. Psichologiya [Bulletin of Moscow University. Episode 14. Psychology]. 1, 100-120.
5. Rozova, N.K., Ababkova, M.Yu. (2023). Metod aytrekinga v issledovanii raspoznavaniya istoricheskikh lichnostey razlichnymi vozrastnymi gruppami [Eye tracking method in the study of recognition

- of historical figures by different age groups]. Rossiya v global'nom mire [Russia in the Global World]. 22 (1), 147-158.
6. Smirnova, Ya.K. (2023). Psichologo-pedagogicheskiye issledovaniya [Psychological and pedagogical research]. Psichologo-pedagogicheskiye issledovaniya [Psychological and Pedagogical Research]. 15 (2), 131-154.
7. Tkhorkov, B.A. et al. (2023). Aytrekingovoye issledovaniye effektivnosti videolektsiy pri smeshannom obuchenii [An eye-tracking study of the effectiveness of video lectures in blended learning]. Voprosy sovremennoy nauki i praktiki. Universitet im. V.I. Vernadskogo [Issues of Modern Science and Practice. V.I. Vernadsky University]. 1 (87), 139-156.
8. Yarosh, O.B. (2020). Vizual'nyy neyromarketing: metody izmereniya i metriki [Visual neuromarketing: measurement methods and metrics]. Uchenyye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Biologiya. Khimiya [Scientific Notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Biology. Chemistry]. 6 (1), 240-250.
9. Duchowski, T.A. (2017). Eye tracking: methodology theory and practice. Springer International Publishing AG.

e-mail: boris@tkhorikov.ru

Трищенко Д.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. филос. наук, доцент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Колесникова Е.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Степанова-Третьякова Н.С.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ст. преподаватель кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аннотация. Сегодня человечество живет во времена полной зависимости от медиасреды. Вследствие этого журналистика и средства массовой информации (СМИ) должны ориентироваться на универсальное обслуживание информационных интересов аудитории, поэтому журналистике часто приходится переориентироваться с традиционных СМИ на Интернет. Однако в настоящее время мы наблюдаем, что не все сетевые издания способны решать свои функциональные и производственные задачи в Интернете, как массовом коммуникационном канале современности. Остро встает проблема правильно применять традиционные подходы организации рекламной деятельности, существующие, например, в печатных СМИ, изданиях в сети Интернет. Актуальность исследования обусловлена, с одной стороны, увеличением роли сети Интернет в коммуникациях, с другой стороны – в целом большим доверием к интернет-СМИ со стороны пользователей Интернета. Целью исследования является выявление факторов политики сетевого издания, влияющих на коммуникативные показатели его эффективности, что, в свою очередь, определяет степень привлекательности интернет-СМИ для рекламодателей. Специфика социальных сетей, как правило, интегрирована в информационную повестку белгородских медиа и так или иначе оказывает влияние на контент. Отмечено, что реализация информационными интернет-ресурсами своего функционала возможна благодаря не только коммуникационной политике, но и экономической стабильности. В статье проведен сравнительный анализ коммуникационной политики двух популярных региональных сетевых изданий – Fonar.tv и Belnovosti.ru, выявлены аспекты коммуникационной политики, определяющие степень заинтересованности потенциальных рекламодателей в использовании издания и его сообществ в социальных сетях как рекламной площадки.

Ключевые слова: СМИ, коммуникация, коммуникационная политика, интернет-СМИ, социальные сети, сетевые издания, интернет-ресурс, журналистская этика, контент-анализ, рейтинг, белгородские СМИ, эффективность медиа, журналистика, коммуникационный канал, рекламная деятельность, региональные СМИ, источник информации, аккаунт, медиапотребление.

Введение. Роль интернет-ресурсов в коммуникации стремительно растет. Один из сегментов этих ресурсов – сете-

вые издания, которые имеют явные, неоспоримые преимущества перед офлайн-СМИ, но испытывают достаточно жесткую

конкуренцию со стороны других информационных интернет-ресурсов, которые не зарегистрированы как средства массовой информации.

Интересам общества в целом более соответствует развитие именно зарегистрированных сетевых изданий, которые, кстати, имеют свои представительства в социальных сетях, в связи с чем их информационный контент следует рассматривать в совокупности.

Причина в том, что в отличие от других информационных площадок Интернета интернет-СМИ обладают профессиональными коллективами, следуют принципам журналистики. Их деятельность все же строится не на привлечении внимания за счет сенсационности материалов, а в той или иной степени базируется на принципах объективности, аналитичности, многостороннего подхода к освещению события, взвешенности его оценок. В то же время интерес читателей, численность аудитории – это один главных факторов, обеспечивающих само существование сетевого издания, поскольку реклама для одних СМИ – существенный, а для других – практически единственный источник доходов.

Те или иные аспекты коммуникационной политики в последние годы не раз привлекали внимание исследователей. О.Р. Самарцев и К.В. Дементьева [20] выявили зависимость показателей цитируемости и вовлеченности с используемыми в СМИ лексико-стилистическими средствами; эта же проблема частично затронута и Е.Р. Зайцевым [6].

Попытку выявить факторы конкурентоспособности сетевых изданий и их сообществ в социальных сетях предприняла А.Г. Милюкова, которая анализировала функционирование региональных СМИ Сибири [16].

Н.Д. Отье пришел к выводу, что интернет-СМИ следует рассматривать как совокупность сайта и сообществ издания в социальных сетях [17]. Е.В. Колесникова рассматривает общие проблемы трансформации рекламного бизнеса в цифровой среде, в том числе в социальных сетях [11].

Л.К. Лободенко также не раз обращалась к использованию региональными интернет-СМИ социальных сетей как средства повышения их эффективности, особое внимание уделяя качеству и структуре публикуемого контента; также указывала на прямую зависимость эффективности интернет-СМИ от актуальных запросов читателей [14].

Однако недостаточно исследованной остается зависимость коммуникационной политики изданий и привлекательности издания для рекламодателей.

Методы исследования. При выполнении исследования использовались методы контент-анализа, системного анализа и сравнения, экономико-статистические методы обработки информации, методы экстраполяции и обобщения.

Результаты исследования. В Законе РФ «О средствах массовой информации» указано, что «под сетевым изданием» понимается «сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации» [7]. Новостные сайты, не имеющие регистрации Роскомнадзора, юридически к СМИ не относятся.

Основными показателями коммуникативной эффективности интернет-СМИ являются цитируемость и количество подписчиков.

В таблице 1 приведен рейтинг электронных средств массовой информации Белгородской области согласно их цитируемости.

Таблица 1

Рейтинг электронных средств массовой информации Белгородской области по цитируемости, 2021–2022 гг.*

№ п\п	СМИ	Категория	Индекс цитируемости		Отклонение, %
			2021 год	2022 год	
1.	Бел.Ру	Информагентство	109,24	232,16	212,5
2.	Belpressa.ru	Интернет	88,55	30,68	34,6
3.	Мир Белогорья	ТВ	38,03	27,30	71,8
4.	Fonar.tv	Интернет	36,70	50,30	137,1
5.	Go31.ru	Интернет	23,98	25,72	107,3
6.	ГТРК Белгород	ТВ	6,79	4,34	63,9
7.	Belnovosti.ru	Интернет	4,11	-	-
8.	Белгород 24	ТВ	3,90	-	-
9.	Аргументы и факты	Белгород Газета	3,33	3,25	97,6
10.	Наш Белгород	Газета	2,51	-	-
11.	Openbelgorod.ru	Интернет	-	14,64	-
12.	9 канал – Старый Оскол	ТВ	-	8,91	-

*Составлено по: [3, 4].

Из данных таблицы 1 следует, что на протяжении двух лет лидерами медиарейтинга неизменно являются информагентство Бел.Ру, индекс цитируемости которого за год увеличился более чем в два раза, а также интернет-порталы Fonar.tv и Belpressa.ru, уровень цитируемости которых также увеличился, но в различной степени (на 37,1% и 7,3% соответственно) (рис. 1).

Два издания, Belnovosti.ru и «Белгород-24», занимавшие в рейтинге 2021 года 7 и 8 места соответственно, утратили свои позиции в 2022 году и не вошли в десятку лидеров по показателю рейтинга «цитируемость».

Снижение рейтингов, по нашему мнению, обусловлено, прежде всего, контентом самих информационных ресурсов, что будет рассмотрено далее.

В качестве информационного ресурса сетевые СМИ имеют многих и довольно мощных конкурентов в распространении информационного контента – новостные ресурсы, которые не зарегистрированы в качестве СМИ. Но интернет-СМИ в отличие от других интернет-ресурсов, в том числе новостных, как правило, имеют сложившиеся профессиональные коллективы, которые способны не просто обрабатывать и размещать оперативную информацию, но и создавать контент аналитического характера. Интернет-СМИ, благодаря действующему закону о средствах массовой информации, наделены большими правами (что предполагает и большую ответственность), могут проводить журналистские расследования, могут посылать запросы в различные организации, на которые им обязаны дать ответ.

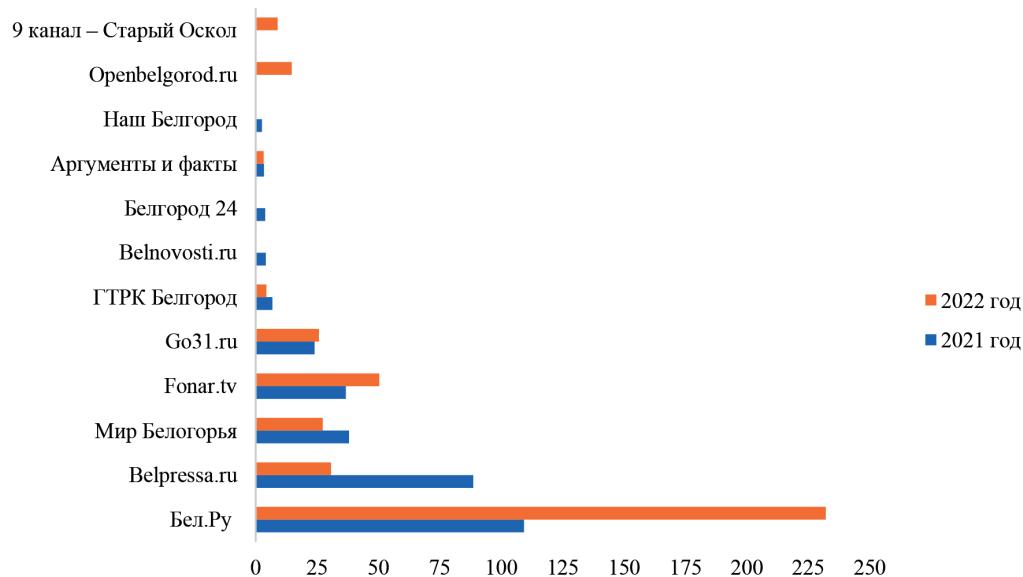


Рис. 1. Цитируемость белгородских интернет-СМИ в 2021–2022 гг., %

Основные отличия, заключающиеся в наличии у зарегистрированного СМИ ряда исключительных прав, вытекают из главы IV Закона «О средствах массовой информации» – «Отношения средств массовой информации с гражданами и организациями» и главы V «Права и обязанности журналиста» [7]. В Законе о СМИ есть также статья 58: «Ответственность за ущемление свободы массовой информации». Наказание предусмотрено вплоть до уголовного: воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов в уголовном праве России – деяние, являющееся преступным согласно статье 144 Уголовного кодекса РФ [28].

Любое из средств массовой коммуникации ориентировано на ту или иную аудиторию, выбирает приоритетные для него темы, отличается от других подходами к их освещению, полнотой публикуемой информации и ее оценками, а также форматом сообщений, то есть использованием верbalных и неверbalных, в том числе мультимедийных – текстов. К показателям, отличающим одно издание от другого, также относятся периодичность (частотность) публикаций и география, то есть сфера распространения сообщений.

Каждое сетевое издание имеет собственную редакционную политику, которая выступает в качестве фактора сегментации аудитории.

Понятие «редакционная политика» включает систему основополагающих принципов и требований к публикуемым материалам и лежит в основе деятельности редакции СМИ.

Редакционная политика включает формальные аспекты, соответствующие профессиональной специфике организации, и базируется на нравственной основе, что выражается в соблюдении этических принципов, объединяющих редактора и рядовых сотрудников издания.

Она находит отражение в направленности издания, специфике тем и подходов к освещению событий, в использовании тех или иных источников фактов, информации, в системе их проверки, наличии тем, которые могут потребовать обязательное одобрение редактора, а также характером изложения и оценки информации.

Fonar.tv – частное издание, учредителем (2015 г.) является ООО «МасМедиа».

С самого начала своего существования в «Фонаре» стараются следовать

принципам Кодекса журналистской этики: «Журналист соблюдает законы своей страны, но в том, что касается выполнения профессионального долга, он признает юрисдикцию только своих коллег, отвергая любые попытки давления и вмешательства со стороны правительства или кого бы то ни было» [9].

Интернет-СМИ Fonar.tv по разным данным, находится на 5 месте [19] или 2 месте [18] по посещаемости.

В рейтинге цитируемости за 4 года поднялся сначала с 5-го на 4-е место, а в 2022 году уверенно вышел на 2-е [20–23].

Сетевое издание Belnovosti.ru зарегистрировано в 2010 г. Учредителем выступило Муниципальное автономное учреждение «Белгород-медиа», учредитель которого – администрация Белгорода. Как правило, чем старше издание, тем больший вес и авторитет оно имеет у подписчиков (читателей).

Но Belnovosti.ru, как и холдинг «Белгород-медиа» в целом, активно использу-

ются учредителем – администрацией Белгорода – для позитивного освещения своей деятельности. Критическая и проблемная информация в издании практически отсутствует, в период предвыборных кампаний приоритет – за обеспечением информационной поддержка партии «Единая Россия».

В рейтинге сайтов (по количеству посещений за месяц) ресурс в 2022 году, как уже отмечалось, также не вошел в первую десятку и находится на 11 месте (около 6 тыс. посещений) [19].

Собственно, «возрастной» приоритет «Белгородских новостей» по сравнению с «Фонарем» (их более длительное существование) до недавнего времени отражался в количестве подписчиков в социальной сети «ВКонтакте», но на момент исследования «Фонарь» не только ликвидировал отставание, но и опередил конкурента; освоение же интенсивно развивающейся сети Telegram муниципальным интернет-СМИ является пока малоэффективным (рис. 2).

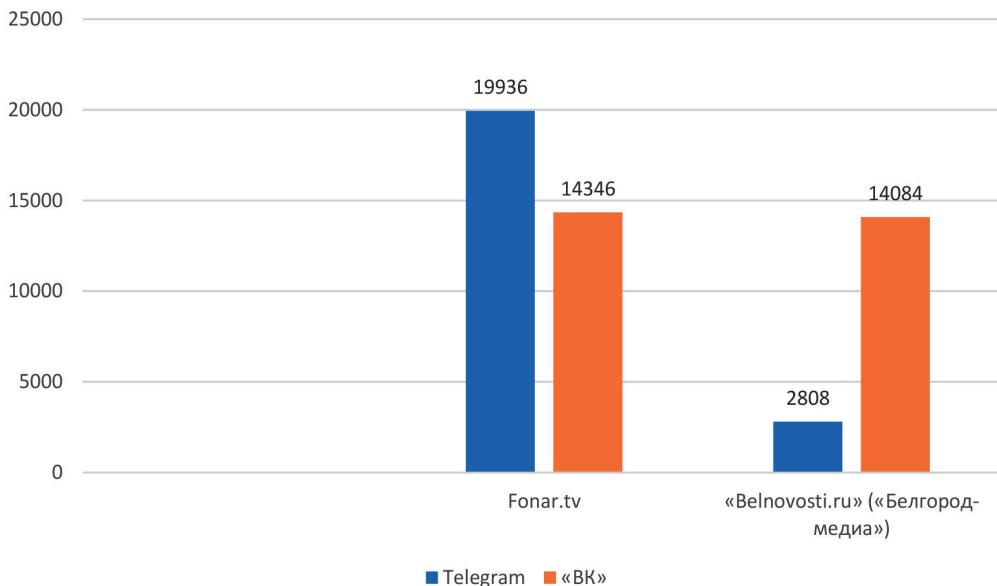


Рис. 2. Количество подписчиков интернет-изданий Fonar.tv и Belnovosti.ru («Белгород-медиа») в сетях Telegram и «ВК» (апрель 2023 г.), чел.

Наглядна разница в количестве подписчиков в Telegram. На Fonar.tv их практически в 7 раз больше, чем на Belnovosti.ru.

Такая разница обусловлена демографическими характеристиками аудитории. Fonar.tv более популярно у молодежной аудито-

рии, которая чаще пользуется Telegram по сравнению с более возрастной категорией читателей (пользователей).

Между тем, социальные сети все увереннее претендуют на роль как наиболее оперативного (Telegram), так и наиболее интерактивного средства информации. Социальные сети востребованы, активно используются, имеют обширные аудитории и являются одной из коммуникационных площадок, на которых происходят не только борьба за влияние на аудитории, но и борьба за ресурсы рекламодателей.

Отношение к размещаемому контенту предлагаем оценить по такому показателю, как коммуникативный отклик (табл. 2).

Коммуникативный отклик подписчиков Fonar.tv в Telegram в 4 раза выше по сравнению с Belnovosti.ru, а количество комментариев в расчете на 1000 подписчиков – еще больше – в 7 раз. Разрыв в сети «ВКонтакте» намного меньше – примерно в 2 раза. Т.е. сравнение и по показателю «коммуникативный отклик» также не в пользу муниципального издания Belnovosti.ru.

Снижение рейтингов, по нашему мнению, обусловлено, прежде всего, контентом самих информационных ресурсов. Именно в этом заключается основная проблема коммуникационной политики Belnovosti.ru.

Таблица 2

Коммуникативный отклик подписчиков (комментариев) на публикации белгородских интернет-СМИ в социальных сетях (март 2023 г.), раз

интернет-СМИ	В сети Telegram		В сети «ВКонтакте»	
	среднее количество комментариев на публикацию	количество комментариев в расчете на 1000 подписчиков	среднее количество комментариев на публикацию	количество комментариев в расчете на 1000 подписчиков
Belnovosti.ru (<i>«Белгород-медиа»</i>)	1,3	10	0,21	6,9
Fonar.tv	4,69	70	0,57	12

Следует отметить, что редакционная политика наиболее наглядно проявляется в публикациях изданий. Сопоставим

оценочную направленность публикаций двух рассматриваемых нами изданий Fonar.tv и Belnovosti.ru за сутки (табл. 3).

Таблица 3

Сопоставление оценочной направленности публикаций Fonar.tv и Go31 (28 апреля 2023 г.)

Издание	Количество публикаций	С элементами критики (кол-во / %)	Количество комментариев	Примечания
Fonar.tv	20	8/40	39	Представление 2-х позиций
Belnovosti.ru (<i>«Белгород-медиа»</i>)	23	0/0	3	Краткие сообщения, преимущественно в официально-деловом стиле

Из 20 публикаций Fonar.tv в 8 новостях можно увидеть элементы критики той или иной власти – городской, региональной, судебной.

Если провести контент-анализ Belnovosti.ru на предмет используемой лексики, то значительную часть публикаций по жанру можно отнести не к новостям, а к анонсам, так как новость – это сообщение о

прошедшем событии, а Belnovosti.ru часто размещают информацию о том, что будет (а точнее – планируется сделать) (табл. 4).

То есть сетевое издание, следуя пожеланиям учредителя, не всегда объективно освещает события и в качестве основной задачи ставит стремление создать позитивный образ будущего. Такая позиция не в полной степени отвечает потребностям читателей.

Таблица 4

Лексика заголовков интернет-издания Belnovosti.ru

Лексика	Количество	Доля, %	Примеры
будущего времени	32	26,7	должны стать, построят, благоустроят, украсят, пройдут, займутся, может появиться
прошедшего и настоящего времени с негативным значением	1	0,8	жители обеспокоены
прошедшего и настоящего времени с позитивным значением	9	7,5	благополучно, успешно, украсят, стал лидером
прошедшего и настоящего времени с нейтральным значением	78	65	состоялось, проходят встретился
Всего исследовано:	120	100	

Для любого коммерческого издания политика сетевого издания должна быть ориентирована таким образом, чтобы приносить материальные плоды, т.е. обладать экономической эффективностью. А этот параметр зависит в большей степени от количества читателей.

Экономическая эффективность напрямую зависит от рекламы, размещаемой в сетевых изданиях и их сообществах в социальных сетях. Нами проведен анализ рекламы рассматриваемых ведущих сетевых изданий (табл. 5 и 6).

Таблица 5

Соотношение рекламы государственных и частных компаний в издании Belnovosti.ru

Годы	Количество компаний/количество публикаций, в том числе:		
	коммерческие	аффилированные	государственные
2021 год	2/3	2/4	5/60
2022 год	1/1	1/3	5/65
1 квартал 2023	0	0	4/23

Результаты анализа показывают, что издание Belnovosti.ru не использует возможности реверсов сети Интернет, ему не удается привлечь коммерческих рекламодателей, в том числе из-за меньших, чем

у Fonar.tv, коммуникативных показателей. А это отрицательно сказывается на экономической составляющей деятельности коммуникационного канала.

Таблица 6

Соотношение рекламы государственных и частных компаний в издании Fonar.tv

Годы	Количество компаний/количество публикаций, в том числе:		
	коммерческие	аффилированные	государственные
2021	14/96	3/12	3/32
2022	12/82	2/6	2/26
1 квартал 2023	12/41	2/4	2/10

Отмечается общая тенденция спада количества публикуемой рекламы, которая непосредственно и является фундаментом экономического благосостояния издания.

Выводы и заключение. Сравнительный анализ коммуникационной политики двух белгородских сетевых изданий выявил их существенные отличия.

Сетевое издание Belnovosti.ru на протяжении последних десяти лет теряет свою конкурентоспособность в информационном пространстве. Это заметно и по сайту сетевого издания, и по социальным сетям. Посещаемость и рейтинг цитируемости имеют тенденцию к относительноному уменьшению, медленнее всего позиции утрачиваются в социальной сети «ВКонтакте», а наиболее заметно отставание в сети Telegram. Желание учредителя видеть о себе много и только позитивных материалов объективно ведет к ухудшению конкурентных позиций сетевого издания «Belnovosti.ru».

У публикаций «Белгородских новостей» («Белгород-медиа») практически отсутствует обратная связь с аудиторией, вероятно, публикации не вызывают большого интереса.

Как средство продвижения Belnovosti.ru используются только администрацией Белгорода и государственными компаниями. Бизнесу как площадка для размещения рекламы Belnovosti.ru не интересны, реклама частных компаний практически отсутствует.

Коммуникационная политика Fonar.tv отличается от политики Belnovosti.ru и многих других белгородских интернет-СМИ.

Высокие показатели цитируемости «Фонаря» обусловлены тем, что издание затрагивает проблемные темы и старается представить обе стороны (если речь идет о конфликте) и публикует материалы о том, что другие издания стараются не замечать.

Аудитория Fonar.tv – это, прежде всего, люди с активной гражданской позицией. То есть у издания есть своя ниша, свое лицо, своя аудитория.

Следовательно, и как информационная, и как рекламная площадка Belnovosti.ru проигрывает коммерческому изданию Fonar.tv, что является прямым отражением коммуникационной политики.

Таким образом, основными факторами коммуникационной политики се-

тевого издания, определяющими степень заинтересованности потенциальных рекламодателей в использовании сообществ интернет-СМИ в социальных сетях как рекламной площадки, являются: объективность в подаче материалов, наличие актуальной для читателей проблемной тематики, обратная связь с аудиторией.

Список литературы

1. Белгородская область: рейтинг СМИ за 2019 год // Медиалогия. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/7255/>. – Текст : электронный.
2. Белгородская область: рейтинг СМИ за 2020 год // Медиалогия. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10460/>. – Текст : электронный.
3. Белгородская область: рейтинг СМИ за 2021 год // Медиалогия. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10938/>. – Текст : электронный.
4. Белгородская область: рейтинг СМИ за 2022 год // Медиалогия. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/11813/>. – Текст : электронный.
5. Белгородская область: рейтинг СМИ за I квартал 2014 // Медиалогия. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/4905/>. – Текст : электронный.
6. Зайцев, Е. Р. Лексико-стилистические особенности региональных медиатекстов: коммуникативно-прагматический аспект / Е. Р. Зайцев. – Текст : непосредственный // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. – 2022. – Т. 8. – № 4. – С. 129–137.
7. **Российская Федерация. Законы.** О средствах массовой информации (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.12.2022). – закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 14.07.2022). – Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511. – Текст : электронный.
8. Итоги года в рекламе. – URL: <https://adindex.ru/specprojects/talks/advertising2023/questions/164249.phtml> – (дата обращения: 01.05.2023). – Текст : электронный.
9. Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России. – URL: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/633-kodeks-professionalnoj-etiki-rossijskogo-zhurnalista>. – Текст : электронный.
10. Исаенко, Е. В. Методические подходы к оценке маркетинговых коммуникаций организаций, осуществляющих торговлю автотранспортными средствами / Е. В. Исаенко, А. С. Тарапов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2013. – № 2(46). – С. 12–18.
11. Колесникова, Е. В. Проблемы трансформации рекламного бизнеса в цифровой среде / Е. В. Колесникова, Н. Г. Захарченко, А. В. Воронков. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 3(94). – С. 195–206.
12. Колесникова, Е. В. Тренды рекламного бизнеса в цифровой среде / Е. В. Колесникова, Б. А. Милокум. – Текст : непосредственный // Перспективные направления развития рекламы и связей с общественностью в условиях интеграции образовательных, профессиональных и цифровых технологий : материалы Международной научно-практической и научно-методической конференции. – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2022. – С. 27–36.
13. Лободенко, Л. К. Интернет-СМИ региона в контексте развития информационно-коммуникативного пространства / Л. К. Лободенко, И. М. Баштанар. – Текст :

- непосредственный // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – Т. 5. – № 3. – С. 451–465. – DOI 10.17150/2308-6203.2016.5(3).
14. **Лободенко, Л. К.** Контент-стратегии региональных интернет-СМИ в социальных сетях / Л. К. Лободенко. – Текст : непосредственный // Журналістыка. – 2020: стан, проблеми і перспективи : матеріял 22-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі (Мінск, 12–13 ноября 2020 года). – Мінск : Белорусский государственный университет, 2020. – С. 253–257.
15. **Макринова, Е. И.** Современные тренды и технологии построения рекламных коммуникаций в социальных медиа / Е. И. Макринова, Е. В. Матузенко, Е. В. Колесникова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 2(75). – С. 313–321.
16. **Милюкова, А. Г.** Стратегические коммуникации российских региональных медиахолдингов в интернете / А. Г. Милюкова. – Текст : непосредственный // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. – 2018. – № 4. – С. 296–304.
17. **Отье, Н. Д.** Интеграция региональных интернет-СМИ в социальные сети / Н. Д. Отье. – Текст : непосредственный // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета. – 2022. – № 19. – С. 170–172.
18. Рамблер. Топ 100. Новости и СМИ. – Режим доступа: <https://top100.rambler.ru/navi?regionId=15&categoryId=1126&period=month&sort=viewers&resourceId=7159208>. – Текст : электронный.
19. Рейтинг сайтов. Новости и СМИ. – Режим доступа: <https://www.liveinternet.ru/rating/ru/media/#period=month;geo=ru/472;group=media>. – Текст : электронный.
20. **Самарцев, О. Р.** Региональные медиа: лексико-стилистический анализ / О. Р. Самарцев, К. В. Дементьева. – Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. – 2023. – Т. 10. – № 2. – С. 334–349. – DOI 10.24147/2413-6182.2023.10(2).
21. ТОП-10 самых цитируемых СМИ Белгородской области – 2019 год // Компания «Медиалогия». – Режим доступа: www.mlg.ru/ratings/media/regional/7255/. – Текст : электронный.
22. ТОП-10 самых цитируемых СМИ Белгородской области – 2020 год // Компания «Медиалогия». – Режим доступа: [https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10460/](http://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10460/). – Текст : электронный.
23. ТОП-10 самых цитируемых СМИ Белгородской области – 2021 год // Компания «Медиалогия». – Режим доступа: [https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10938/](http://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10938/). – Текст : электронный.
24. ТОП-10 самых цитируемых СМИ Белгородской области – 2022 год. – Режим доступа: [https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/11813/](http://www.mlg.ru/ratings/media/regional/11813/). – Текст : электронный.
25. **Тарасова, Е. Е.** Коммуникационная стратегия: подходы к созданию, структура, факторы формирования / Е. Е. Тарасова, А. А. Чалова. – Текст : непосредственный // Инновационное развитие экономики: реалии и перспективы : материалы Международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава и аспирантов : в трех частях. – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2015. – С. 348–361.
26. **Трищенко, Д. А.** Интернет-продвижение: сайт и социальные сети : монография / Д. А. Трищенко. – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2018. – 169 с. – Текст : непосредственный.

27. Чалова, А. А. Стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями / А. А. Чалова, Е. Е. Тарасова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2013. – № 4. – С. 112.

28. Российской Федерации. Законы. Уголовный кодекс Российской Федерации

от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 13.06.2023) : [с изм. и доп., вступ. в силу с 24.06.2023]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/4e55ae6b39c49996e745765a7f188b8cbe54fb0a/. – Текст : электронный.

Trishchenko D.A.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Philosophy, Associate Professor, Chair of Hotel and Tourist Services, Commerce and Advertising

Kolesnikova E.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Economics, Associate Professor, Chair of Hotel and Tourist Services, Commerce and Advertising

Stepanova-Tretiakova N.S.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Senior Lecturer, Chair of Hotel and Tourist Services, Commerce and Advertising

COMMUNICATION POLICY OF REGIONAL INTERNET MEDIA OF THE BELGOROD REGION IN SOCIAL NETWORKS

Abstract. Today humanity lives in a time of complete dependence on the media environment. As a result, journalism and the media must focus on universally serving the information interests of the audience, so journalism often has to reorient itself from traditional media to the Internet. However, at present we observe that not all online publications are able to solve their functional and production problems on the Internet, as a mass communication channel of our time. An acute problem arises in correctly applying traditional approaches to organizing advertising activities, which exist, for example, in print media and publications on the Internet. The relevance of the study is due, on the one hand, to the increasing role of the Internet in communications, and on the other hand, to the generally greater trust in Internet media on the part of Internet users. The purpose of the study is to identify policy factors of an online publication that influence the communication indicators of its effectiveness, which, in turn, determines the degree of attractiveness of online media for advertisers. The specifics of social networks, as a rule, are integrated into the information agenda of Belgorod media, and in one way or another influence the content. It is noted that the implementation of Internet information resources of their functionality is possible thanks not only to communication policy, but also to economic stability. The article provides a comparative analysis of the communication policy of two popular regional online publications - Fonar.tv and Belnovosti.ru, identifying aspects of the communication policy that determine the degree of interest of potential advertisers in using the publication and its communities on social networks as an advertising platform.

Keywords: media, communication, communication policy, Internet media, social networks, online publications, Internet resource, journalistic ethics, content analysis, rating, Belgorod media, media effectiveness, journalism, communication channel, advertising activities, regional media, source of information, account, media consumption.

References

1. Belgorodskaya oblast': reyting SMI za 2019 god. Medialogiya [Belgorod region: media rating for 2019. Medialogy]. Retrieved from: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/7255/>.

2. Belgorodskaya oblast': reyting SMI za 2020 god. Medialogiya [Belgorod region: media rating for 2020. Medialogy]. Retrieved

from: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10460/>.

3. Belgorodskaya oblast': reyting SMI za 2021 god. Medialogiya [Belgorod region: media rating for 2021. Medialogy]. Retrieved from: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10938/>.

4. Belgorodskaya oblast': reyting SMI za 2022 god. Medialogiya [Belgorod region:

- media rating for 2022. Medialogy]. Retrieved from: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/11813/>.
5. Belgorodskaya oblast': reyting SMI za I kvartal 2014. Medialogiya [Belgorod region: media rating for the first quarter of 2014. Medialogy]. Retrieved from: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/4905/>.
6. Zaytsev, E.R. (2022). Leksiko-stilisticheskiye osobennosti regional'nykh mediatekstov: kommunikativno-pragmatischekiy aspekt [Lexico-stylistic features of regional media texts: communicative and pragmatic aspect]. Uchenyye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Filologicheskiye nauki [Scientific notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences]. 8 (4), 129-137. EDN HHRWUG.
7. Zakon RF ot 27.12.1991 N 2124-1 (red. ot 14.07.2022) «O sredstvakh massovoy informatsii» (s izm. i dop., vступ. v silu s 01.12.2022) [Law of the Russian Federation dated December 27, 1991 N 2124-1 (as amended on July 14, 2022) “On the Mass Media” (as amended and supplemented, entered into force on December 1, 2022)]. Retrieved from: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511.
8. Itogi goda v reklame [Results of the year in advertising]. Retrieved from: <https://adindex.ru/specprojects/talks/advertising2023/questions/164249.phtml>
9. Kodeks professional'noy etiki rossiyskogo zhurnalistika Soyuza zhurnalistov Rossii [Code of Professional Ethics for Russian Journalists of the Union of Journalists of Russia]. Retrieved from: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/633-kodeks-professionalnoj-etiki-rossijskogo-zhurnalista>.
10. Isaenko, E. V. Methodological approaches to the evaluation of marketing communications of organizations engaged in the trade of motor vehicles / E. V. Isaenko, A. S. Tarasov // Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law. – 2013. – № 2(46). – Pp. 12-18.
11. Kolesnikova, E.V., Zakharchenko, N.G., Voronkov, A.V. (2022). Problemy transformatsii reklamnogo biznesa v tsifrovoy srede [Problems of transformation of the advertising business in the digital environment]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (94), 195-206.
12. Kolesnikova, E.V., Milokum, B.A. (2022). Trendy reklamnogo biznesa v tsifrovoy srede [Advertising business trends in the digital environment]. Perspektivnyye napravleniya razvitiya reklamy i svyazey s obshchestvennost'yu v usloviyakh integratsii obrazovatel'nykh, professional'nykh i tsifrovykh tekhnologiy. Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy i nauchno-metodicheskoy konferentsii [Promising directions for the development of advertising and public relations in the context of integration of educational, professional and digital technologies. Proceedings of the International scientific-practical and scientific-methodological conference]. Belgorod. P. 27-36.
13. Lobodenko, L.K., Bashtanar, I.M. (2016). Internet-SMI regiona v kontekste razvitiya informatsionno-kommunikativnogo prostranstva [Internet media of the region in the context of the development of information and communication space]. Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiky [Issues of Theory and Practice of Journalism]. 5 (3), 451-465. DOI 10.17150/2308-6203.2016.5(3).451-465. EDN UDZBXJ.
14. Lobodienko, L.K. (2020). Kontent-stratiegii riehionalnych intiernet-SMI v socialnych sietiach [Content strategies of regional Internet media in social networks]. Žurnalistyka - 2020: stan, problemy i pierspiekyvy: Materyjaly 22-j Mižnarodnej navukovoj-praktyčnej kanfierencyi, Minsk, 12–13 nojabria 2020 hoda [Journalism - 2020:

- state, problems and prospects: Proceedings of the 22nd International Scientific and Practical Conference, Minsk, November 12–13, 2020]. Minsk: Byelorussian State University. P. 253-257. EDN ZHMNEJ.
15. Makrinova, E.I., Matuzenko, E.V., Kolesnikova, E.V. (2019). Sovremennyye trendy i tekhnologii postroyeniya reklamnykh kommunikatsiy v sotsial'nykh media [Modern trends and technologies for building advertising communications in social media]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 2 (75), 313-321.
16. Milyukova, A.G. (2018). Strategicheskiye kommunikatsii rossiyskikh regional'nykh mediakholdingov v internete [Strategic communications of Russian regional media holdings on the Internet]. Strategicheskiye kommunikatsii v biznese i politike [Strategic Communications in Business and Politics]. 4, 296-304. EDN YOHTOH.
17. Auter, N.D. (2022). Integratsiya regional'nykh internet-SMI v sotsial'nyye seti [Integration of regional online media into social networks]. Trudy molodykh uchenykh Altayskogo gosudarstvennogo universiteta [Works of young scientists of Altai State University]. 19, 170-172.
18. Rambler. Top 100. Novosti i SMI [Rambler. Top 100. News and media]. Retrieved from: <https://top100.rambler.ru/navi?regionId=15&categoryId=1126&period=month&sort=viewers&resourceId=7159208>.
19. Reiting saytov. Novosti i SMI [Site rating. News and media]. Retrieved from: <https://www.liveinternet.ru/rating/ru/media/#period=month;geo=ru/472;group=media>.
20. Samartsev, O.R., Dement'yeva, K.V. (2023). Regional'nyye media: leksiko-stilisticheskiy analiz [Regional media: lexical and stylistic analysis]. Kommunikativnyye issledovaniya [Communication Studies]. 10 (2), 334-349. DOI 10.24147/2413-6182.2023.10(2).334-349. EDN EXKXXB.
21. TOP-10 samykh tsitiruyemykh SMI Belgorodskoy oblasti - 2019 god. Kompaniya «Medialogiya» [TOP 10 most cited media in the Belgorod region - 2019. Medialogy company]. Retrieved from: www.mlg.ru/ratings/media/regional/7255/.
22. TOP-10 samykh tsitiruyemykh SMI Belgorodskoy oblasti - 2020 god. Kompaniya «Medialogiya» [TOP 10 most cited media in the Belgorod region - 2020. Medialogy company]. Retrieved from: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10460/>.
23. TOP-10 samykh tsitiruyemykh SMI Belgorodskoy oblasti - 2021 god. Kompaniya «Medialogiya» [TOP 10 most cited media in the Belgorod region - 2021. Medialogy company]. Retrieved from: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/10938/>.
24. TOP-10 samykh tsitiruyemykh SMI Belgorodskoy oblasti - 2022 god. Kompaniya «Medialogiya» [TOP 10 most cited media in the Belgorod region - 2022. Medialogy company]. Retrieved from: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/11813/>.
25. Tarasova, E. E. Communication strategy: approaches to creation, structure, factors of formation / E. E. Tarasova, A. A. Chalova // Innovative development of the economy: realities and prospects : materials of the International Scientific and Practical Conference of Faculty and Graduate students: in three parts. – Belgorod : Publishing House of BUKEP, 2015. – pp. 348-361.
26. Trishchenko, D.A. (2018). Internet-prodvizheniye: sayt i sotsial'nyye seti: monogr. [Internet promotion: website and social networks: monograph]. Belgorod: Published by BUKEP.
27. Chalova, A. A. Strategic approach to marketing communications management / A. A. Chalova, E. E. Tarasova // Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law. - 2013. – No. 4. – p. 112.

28. Ugolovnyy kodeks Rossiyskoy Federatsii" ot 13.06.1996 N 63-FZ (red. ot 13.06.2023) (s izm. i dop., vstup. v silu s 24.06.2023) [Criminal Code of the Russian Federation" dated June 13, 1996 N 63-FZ (as amended on June 13, 2023) (as amended

and supplemented, entered into force on June 24, 2023)]. Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/4e55ae6b39c49996e745765a7f188b8cbe54fb0a/

e-mail: gastronom-tv@yandex.ru

КООПЕРАЦИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

УДК 334.735:005.35

DOI: 10.21295/2223-5639-2023-6-253-263

Теплов В.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, президент, профессор кафедры теории и истории кооперативного движения

Тарасова Е.Е.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, первый проректор по научной работе, профессор кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Акинин Д.Г.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Аннотация. Возрастание сложности бизнес-среды, обусловленное совпадением во времени негативных внешних и внутренних факторов, наглядно продемонстрировало необходимость широкого вовлечения бизнес-структур в решение социальных проблем общества, ранее относимых к функционалу государства, привело к формированию особого типа бизнеса – социально-ответственного. Целью исследования явилась идентификация барьеров развития социально-ответственного бизнеса организаций потребительской кооперации, аргументированных по результатам изучения его практики. Методология исследования формировалась на базе положений теории кооперации, дающей понимание дуального характера социальной и экономической деятельности кооперации в их взаимосвязи и взаимообусловленности, а также основополагающих идей концепции социальной ответственности, популяризируемых в бизнес-сообществе на современном этапе его развития. В работе реализованы методы литературного обзора, контентного и контекстного анализа, аргументации авторской позиции, бенчмаркинга лучших практик применительно к предмету исследования. Уточнены сущность социальной ответственности бизнеса и ее соотношение с корпоративной социальной ответственностью бизнеса. Конкретизированы границы социальной ответственности бизнеса в ракурсе различных подходов к их определению – либерального, традиционного, социально-ориентированного, стратегического, интегрированного. Выделены и аргументированы основные барьеры развития социально ответственного бизнеса организаций потребительской кооперации: правовая нелигитимность кооперативного сектора экономики; дуальность правового статуса организаций потребительской кооперации (потребительских кооперативов); разнообразие социально-экономических интересов стейкхолдеров в социально-ответственном бизнесе организаций потребительской кооперации.

Ключевые слова: социальная ответственность, социально-ответственный бизнес, организации потребительской кооперации, социальная миссия потребительской кооперации.

Введение. Современные реалии развития отечественной экономики формируются под влиянием новых факторов, вызванных усложнением геополитической ситуации, санкционным противостоянием, переориентацией партнерских отношений на внешние рынки дружественных России стран.

Указанные, а также множественные другие факторы оказали негативное влияние на ресурсные возможности государства в выполнении социальных функций.

Но, несмотря на дефицит федерального консолидированного бюджета, государство сохраняет и, в определенной мере,

развивает социальную поддержку населения для повышения качества его жизни как главной цели экономического развития.

Ключевым направлением реализации данной цели, подтверждаемым экономической практикой, выступает развитие социально-ответственного бизнеса, увеличение вклада его субъектов в решение социальных проблем, в реализацию социальных программ государства.

Актуальность решения данной проблемы подтверждается ростом научного интереса исследователей к социальной ответственности бизнеса – новому для отечественной теории и практики феномену.

Особенностью разработки проблематики социальной ответственности бизнеса, как показали результаты изучения работ исследователей, выступает доминирование прикладного аспекта.

Наряду с теоретическими выкладками по поводу сущности данного феномена [8], ценности [1], разновидностей [6] и т.д., более значительное внимание исследователи уделяют обобщению лучших практик реализации социальной ответственности бизнеса [3, 5, 15].

Исходя из объекта нашего исследования, особое значение имеют труды исследователей, предметом которых выступает обоснование специфики социальной ответственной бизнеса, сформировавшейся в исторической ретроспективе, присущей кооперации в целом [10, 16] и потребительской кооперации на современном этапе ее развития в частности [2, 7, 9, 11, 14].

В указанных, а также иных работах констатируется факт объективно существующих ограничителей для развития социально-ответственного бизнеса организаций, выявление которых необходимо для расширения масштабов и ускорения темпов процесса развития.

Данное положение отражает суть нашей исследовательской гипотезы и определяет формулировку цели исследования, заключающуюся в идентификации барьеров развития социально-ответственного

бизнеса организаций потребительской кооперации, аргументированных по результатам изучения его практики.

Для указанной цели мы сочли адекватным решение следующих задач:

- уточнить сущность социальной ответственности бизнеса и ее соотношение с корпоративной социальной ответственностью бизнеса;

- конкретизировать границы социальной ответственности бизнеса в ракурсе разных подходов к их определению: либерального, традиционного, социально-ориентированного, стратегического, интегрированного;

- выделить и аргументировать основные барьеры развития социально-ответственного бизнеса организаций потребительской кооперации.

Методы исследования. Методология исследования формировалась на базе положений теории кооперации, дающей понимание дуального характера социальной и экономической деятельности кооперации в их взаимосвязи и взаимообусловленности, а также основополагающих идей концепции социальной ответственности, популяризируемых в бизнес-сообществе на современном этапе его развития.

В работе реализованы методы литературного обзора, контентного и контекстного анализа, аргументации авторской позиции, бенчмаркинга лучших практик применительно к предмету исследования.

Результаты исследования. К числу ведущих трендов развития бизнес-среды относится повышение социальной ответственности ее субъектов, быстро масштабируемой вследствие делегирования им выполнения социальных функций государства.

Феномен социальной ответственности постепенно приобретает статус имманентного признака современного бизнеса, интересы которого выходят за пределы экономической сферы, проникая в социальную сферу и расширяясь в ней посредством решения разнообразных социальных проблем общества в целом.

Следует признать, что социальная ответственность устойчиво закрепилась в практике бизнеса. Создан цифровой портал «Бизнес и общество» [13], база данных которого ежедневно пополняется информацией о компаниях, позиционирующих себя социально ответственными. Российским союзом промышленников и предпринимателей ведется Национальный реестр нефинансовых отчетов компаний [12].

Однако в теории, как показало наше исследование, вопрос о сущности социальной ответственности бизнеса и ее соотношении с корпоративной социальной ответственностью бизнеса остается предметом научных дискуссий.

Нами установлено, что в решении данного вопроса существует три подхода.

В первом из них [3] социальная ответственность бизнеса вменяется в функционал менеджмента, предполагает принятие руководителем организации персональной ответственности за реализуемые действия, поступки, решения перед широкой аудиторией стейкхолдеров, заинтересованных в деятельности организации и ее развитии.

Во втором подходе социальная ответственность рассматривается в корпоративных рамках [1, 8, 14], только по отношению к внутренней среде бизнеса, работникам организации и их социальным проблемам.

Третий подход к пониманию сущности социальной ответственности бизнеса [6] определяет ее тождественной корпоративной социальной ответственности в контексте значимости для формирования

общественных отношений, охраны окружающей среды, решения экологических и иных социально значимых проблем.

В настоящем исследовании мы придерживаемся трактовки социальной ответственности, приведенной в Национальном стандарте РФ «Руководство социальной ответственности» – ГОСТ Р ИСО 26000-2012 [4].

Что касается установления разграничения терминологии, поясним, что в нашем понимании корпоративная социальная ответственность бизнеса и социальная ответственность бизнеса соотносятся между собой как «частное к общему». Ответственность в рамках организаций (корпорации) является первичной с позиций ее реализации, поскольку расширение участия организации в решении социальных проблем общества невозможно без первоочередного решения таких же проблем, имеющихся у ее «собственного» персонала.

Иными словами, основное отличие социальной ответственности бизнеса от его корпоративной социальной ответственности определяется сферами ее реализации.

В части определения границ социальной ответственности бизнеса они имеют некоторые отличия, обусловливаемые выбором подхода к установлению границ: либерального, традиционного, социально-ориентированного, стратегического, интегрированного [8].

В развитие этого теоретического положения социальной ответственности бизнеса мы сочли целесообразным выделить ключевые аспекты ее формирования (табл.).

Таблица

Ключевые аспекты формирования социальной ответственности бизнеса в разных подходах к определению ее границ

Подходы	Ключевые аспекты
Либеральный	Моральное право собственника и менеджмента организации, закрепленное в корпоративном кодексе
Традиционный	Этическая норма бизнеса, тождественная благотворительности
Социально-ориентированный	Правила, обязательства, ограничения, устанавливаемые законодательством и локальными нормативными актами организаций
Стратегический	Ориентация на решение цивилизационных проблем в долгосрочной перспективе соответственно Целям устойчивого развития ООН
Интегрированный	Целостная социальная политика организации, отвечающая ее миссии, целям и задачам развития

Уточнение отдельных теоретических положений социальной ответственности бизнеса позволяет нам перейти к решению третьей задачи исследования – выделению и аргументации основных барьеров развития социально-ответственно-

го бизнеса организаций потребительской кооперации.

Признавая факт существования множества подобных барьеров, основные из них, на наш взгляд, могут быть представлены следующим составом (рис.).

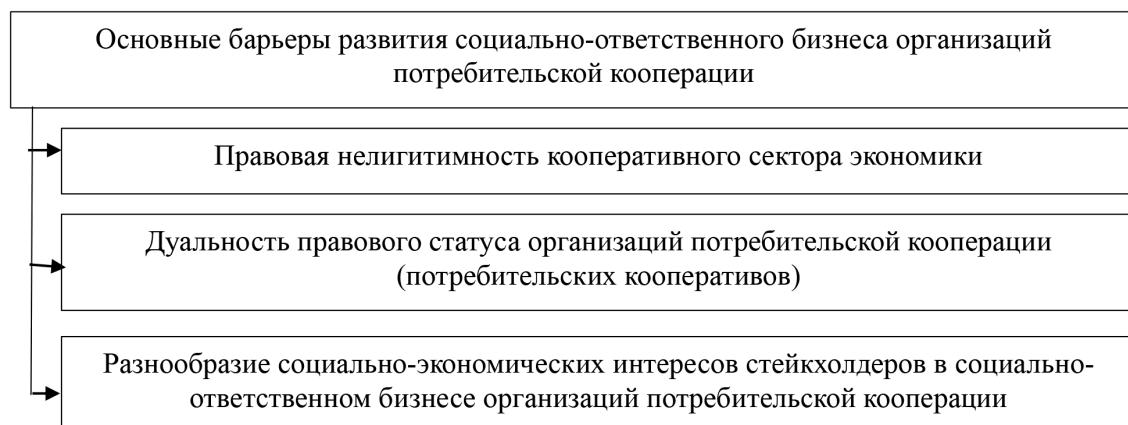


Рис. Основные барьеры развития социально-ответственного бизнеса организаций потребительской кооперации

Первым барьером для развития социально-ответственного бизнеса организаций потребительской кооперации мы определяем правовую нелигитимность кооперативного сектора экономики.

С самого начала рыночных преобразований экономического уклада создание целостного кооперативного сектора экономики остается декларативной задачей, не решенной в правовом поле до настоящего времени.

Положения действующих «отраслевых» (по видам кооперативов) законов во многом дублируются, но при этом в них имеет место разночтение сущности базового термина «кооператив» из-за отсутствия его единой трактовки, а правовая норма, указывающая на социальную направленность экономической деятельности, отражена только в законодательстве о потребительской кооперации посредством упоминания присущей ей социальной миссии.

Несмотря на указанные факты, неоднократные попытки принятия общего

рамочного закона для всех существующих видов кооперативов не поддерживаются институтом законодательства.

Правовая нелигитимность кооперативного сектора экономики имеет следствием комплекс объективных обстоятельств, однозначно препятствующих развитию социально-ответственного бизнеса кооперативов.

Наиболее существенными из них по силе влияния, на наш взгляд, являются отсутствие понятия кооперативной собственности в Гражданском кодексе РФ; механизмов и инструментов особого режима налогообложения в Налоговом кодексе РФ; игнорирование исторического факта экспроприации ранее принадлежавших кооперативам земельных участков в Земельном кодексе РФ, предусматривающем их выкуп в собственность кооперативов на общих основаниях.

В контексте социальной ответственности бизнеса особо негативное влияние на ее развитие, по нашему убеждению, оказывают отсутствие потребительской

кооперации в составе участников реализации приоритетного национального проекта «Развитие агропромышленного комплекса»; фрагментарность присутствия в федеральных и региональных программах развития малого бизнеса, выраженнымми представителями которого выступают организации потребительской кооперации; локальность их упоминания в целевых программах по устойчивому развитию сельских территорий.

Кроме того, невхождение ни одного вида кооперативов в состав объектов федерального статистического наблюдения из-за их разрозненности формирует ошибочное мнение о ничтожности результатов вклада кооперативов в социально-экономическое развитие.

На наш взгляд, даже указанных обстоятельств при том, что они представлены далеко не в полном составе, достаточно для подтверждения существования проблемы правовой нелигитимности кооперативного сектора экономики, определяемой нами барьером для развития социально-ответственного бизнеса его субъектов.

Сущностью связанным с данной проблемой является второй барьер – дуальность правового статуса организаций потребительской кооперации (потребительских кооперативов).

В порядке его аргументации заметим, что по степени развития социальной ответственности структура бизнес-сообщества характеризуется существенной неоднородностью, обусловленной разделением экономических субъектов на коммерческие и некоммерческие организации.

Данное обстоятельство, на наш взгляд, имеет дуальное проявление: с одной стороны, искусственно упрощает отношение социума к субъектам экономики; с другой стороны, создает дополнительные административные барьеры, препятствующие развитию их социальной деятельности.

Особенно наглядно дуальность последствий разделения экономических субъектов на коммерческие и некоммерческие проявляется по отношению к организациям потребительской кооперации – особой категории бизнес-субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность в целях выполнения присущей им социальной миссии, заключающейся в удовлетворении потребностей членов-пайщиков и всего населения территорий зоны деятельности.

Юридическая коллизия, допущенная при определении правового статуса потребительских кооперативов, существенно усложняет их деятельность в конкурентной среде.

С одной стороны, действующее законодательство, в частности, Гражданский кодекс Российской Федерации, закрепляет статус потребительского кооператива как некоммерческой организации, а следовательно, гипотетически организации потребительской кооперации могут рассчитывать на получение государственных преференций, льгот по налогообложению, на компенсацию затрат и иные формы поддержки, оказываемые некоммерческим организациям.

С другой стороны, организации потребительской кооперации в процессе неоднократного реформирования налогового законодательства были полностью лишены права получения льгот от государства на осуществление социально направленной деятельности, например, права на отчисление средств в фонд развития потребительской кооперации за счет совокупного дохода, направлявшихся, в том числе, на реализацию социальной миссии; права на учет расходов на подготовку кадров в составе затрат, формирующих себестоимость; права на компенсацию расходов, связанных с доставкой товаров в удаленные и труднодоступные сельские поселения, и т.д.

Приравнивание организаций потребительской кооперации к «чисто» коммерческим субъектам бизнеса в реальности означает, что потребительские кооперативы должны выполнять присущие им социальные функции строго за счет получаемой прибыли.

Тем самым в существующей практике налогообложения игнорируется вклад организаций потребительской кооперации в социализацию экономики и решение социальных проблем общества, признаваемый Международной организацией труда и Международным кооперативным альянсом.

Дуальность правового статуса организаций потребительской кооперации не позволяет им использовать положения законодательства о некоммерческих организациях, за рамки которого выходит предпринимательская деятельность организаций, несмотря на ее социальные приоритеты.

Третьим выделяемым нами барьером развития социально-ответственного бизнеса организаций потребительской кооперации, требующим аргументации, выступает разнообразие социально-экономических интересов стейкхолдеров: органов региональной исполнительной власти и местного самоуправления в муниципальных образованиях, работников организаций потребительской кооперации, членов-пайщиков, потребителей (обслуживаемого населения).

Так, органы региональной исполнительной власти и местного самоуправления в муниципальных образованиях, призванные обеспечивать социально-экономическое развитие подведомственных территорий, заинтересованы в социально-ответственном бизнесе организаций потребительской кооперации как субъекте данного процесса, своевременно и в полном объеме осуществляющем уплату налогов и обязательных платежей по внебюджетные фонды,участвующем в развитии

социальной инфраструктуры сельских поселений, торговом обслуживании проводимых мероприятий и акций.

Фискальные обязанности организаций потребительской кооперации, как и разнообразные формы участия в социально-экономическом развитии территорий зоны деятельности, требуют значительных по объему ресурсов, зачастую неокупаемых, но расходуемых в обязательном порядке в силу социальных приоритетов бизнеса.

Работники организаций потребительской кооперации заинтересованы в сохранении стабильности мест трудоустройства (особенно с учетом ограниченности рабочих мест в сельских поселениях), комфортных условиях и режимах труда, достойном уровне заработной платы и ее систематическом повышении, гарантиях социального и пенсионного обеспечения.

Для удовлетворения интересов работников организаций потребительской кооперации должны обеспечивать эффективность социально-ответственного бизнеса в его экономической компоненте, без которой, по определению, невозможно решить ни одну социальную задачу.

Члены-пайщики организаций потребительской кооперации, являясь признанной ее социальной основой, условием сохранения членства определяют наличие льгот от участия в деятельности кооперативов – скидок с цены продаваемых товаров, накопительных бонусов за рост объемов покупок, гарантированных каналов сбыта произведенной в личных подсобных хозяйствах продукции, широкой номенклатуры услуг социально-бытового характера, выплате кооперативных дивидендов.

Потребители (обслуживаемое население), главным образом, заинтересованы в конкурентных ценах на товары и услуги, предлагаемые организациями потребительской кооперации, более низкие по величине, чем у иных организаций с аналогичным функционалом, дислоцирован-

ными на территориях постоянного проживания сельского населения, а также в более высоком, чем у конкурентов, качестве товаров и услуг.

Данные обстоятельства выступают условиями сохранения лояльности, доверия и приверженности обслуживаемого населения к организации потребительской кооперации и ее социально-ответственному бизнесу.

Охарактеризованное нами разнообразие социально-экономических интересов стейкхолдеров в социально-ответственном бизнесе организаций потребительской кооперации вынуждает организации постоянно варьировать между экономическими и социальными задачами деятельности для обеспечения относительной сбалансированности интересов всех категорий стейкхолдеров.

Мы полагаем, что устранение влияния этого барьера на развитие социально-ответственного бизнеса организаций потребительской кооперации достижимо в рамках самих организаций, является их «внутренним делом» в отличие от правовой нелигитимности кооперативного сектора экономики и дуальности правового статуса потребительских кооперативов, требующих участия государства в решении этих проблем.

Выводы и заключение. Главным отличительным признаком организаций потребительской кооперации от других субъектов бизнеса выступает выполнение социальной миссии, в рамках которой бизнес организаций является социально-ответственным на протяжении всего периода эволюции кооперативов.

В настоящей статье представлена авторская позиция по поводу понимания сущности социальной ответственности бизнеса и ее соотношения с корпоративной социальной ответственностью бизнеса.

Конкретизированы границы социальной ответственности бизнеса в ракурсе разных подходов к их определению: либе-

рального, традиционного, социально-ориентированного, стратегического, интегрированного.

Особое внимание уделено выделению и аргументации основных барьеров развития социально-ответственного бизнеса организаций потребительской кооперации, в качестве которых обоснованы правовая нелигитимность кооперативного сектора экономики, дуальность правового статуса организаций потребительской кооперации (потребительских кооперативов), разнообразие социально-экономических интересов стейкхолдеров в социально-ответственном бизнесе организаций потребительской кооперации.

Список литературы

1. **Басова, Ю.** Что такое корпоративная социальная ответственность, зачем она нужна и с чего начать / Ю. Басова. – URL: <https://skillbox.ru/media/management/chto-takoe-korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-zachem-ona-nuzhna-i-s-chego-nachat/?ysclid=loe7sh76u1386528992> (дата обращения: 20.10.2023). – Текст : электронный.

2. **Ватлина, Л. В.** Проекты цифровых решений социального предпринимательства потребительской кооперации / Л. В. Ватлина. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 3(88). – С. 246–254.

3. **Ескин, А.** Как социальная ответственность помогает строить бизнес / А. Ескин. – URL: <https://rb.ru/opinion/kso/?ysclid=loe2lawqec111432750> (дата обращения: 20.10.2023). – Текст : электронный.

4. **ГОСТ Р ИСО 26000-2012.** Руководство по социальной ответственности : Национальный стандарт Российской Федерации. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200097847?ysclid=>

lof5zwi0k3354638157 (дата обращения: 10.10.2023). – Текст : электронный.

5. «Добро Mail.ru»: до трети небольших компаний так или иначе занимаются благотворительностью. – URL: <https://www.asi.org.ru/news/2019/04/23/dobro-mail-ru-do-treti-nebolshih-kompanij-tak-ili-inache-zanimayutsya-blagotvoritelnostyu/> (дата обращения: 26.10.2023). – Текст : электронный.

6. Зуев, Д. Социальная ответственность бизнеса: виды, примеры, формирование / Д. Зуев. – URL: <https://www.kom-dir.ru/article/1460-sotsialnaya-otvetstvennost-biznesa?ysclid=loe798ttbw141815490> (дата обращения: 21.10.2023). – Текст : электронный.

7. Клименко, О. И. Сельскохозяйственная потребительская кооперация: тенденции и перспективы развития / О. И. Клименко. – Текст : непосредственный // Новые вызовы и перспективы развития кооперативного движения : материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава и аспирантов. – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2018. – С. 16–25.

8. Корпоративная социальная ответственность. – URL: <https://mbnspb.ru/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost/?ysclid=loe257awri533258236> (дата обращения: 22.10.2023). – Текст : электронный.

9. Матраева, Л. В. Потребительская кооперация: основы модели функционирования и ключевые тенденции развития в России / Л. В. Матраева, О. В. Каурова, Е. С. Васютина, Н. А. Королькова. – Текст : непосредственный // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2022. – № 1. – С. 44–49.

10. Мачкарина, О. Д. Кооперация как социальный институт и фактор стабильности социально-экономической

системы: исторический аспект / О. Д. Мачкарина, Н. В. Ревенко. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 1(74). – С. 235–243.

11. Наговицина, Л. П. Социальная ответственность и потенциал развития потребительской кооперации / Л. П. Наговицина, М. И. Дроздова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 1(74). – С. 225–234.

12. Национальный реестр нефинансовых отчетов / Российский союз промышленников и предпринимателей. – URL: https://rspp.ru/sustainable_development/registr/. – Текст : электронный.

13. Портал «Бизнес и общество». – URL: <https://www.b-soc.ru/o-nas/>. – Текст : электронный.

14. Потребительская кооперация – самая выгодная форма взаимоотношения бизнеса и населения. – URL: <https://vc.ru/legal/115182-potrebiteiskaya-kooperaciya-samaya-vygodnaya-forma-vzaimootnosheniya-biznesa-i-naseleniya?ysclid=lo8dlgbukv307043416> (дата обращения: 30.10.2023). – Текст : электронный.

15. Реализация корпоративной социальной ответственности бизнеса / Агентство интернет-маркетинга Exiterra. – URL: <https://exiterra.ru/blog/dlya-biznesa/realizatsiya-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-biznesa/?ysclid=loe2qtgly47175025> (дата обращения: 20.10.2023). – Текст : электронный.

16. Трунов, А. А. Социально-экономическая специфика идеологии раннего кооперативного движения / А. А. Трунов, Е. И. Черникова, Г. А. Семененко. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – № 4(71). – С. 308–318.

Teplov V.I.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD in Economics, Professor, President, Professor of the Chair of Theory and History of Cooperative Movement

Tarasova E.E.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD of Economics, Professor, First Vice-Rector for Research, Professor of the Department of Hotel and Tourism Services, Commerce and Advertising

Akinin D.G.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student

SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS OF CONSUMER COOPERATION ORGANIZATIONS

Abstract. The increasing complexity of the business environment, due to the coincidence of negative external and internal factors over time, clearly demonstrated the need for widespread involvement of business structures in solving social problems of society, previously attributed to the functionality of the state, and led to the formation of a special type of business - socially responsible. The purpose of the study was to identify barriers to the development of socially responsible business in consumer cooperation organizations, argued based on the results of studying its practice. The research methodology was formed on the basis of the principles of the theory of cooperation, which provides an understanding of the dual nature of the social and economic activities of cooperation in their interrelation and interdependence, as well as the fundamental ideas of the concept of social responsibility, popularized in the business community at the present stage of its development. The work uses methods of literature review, content and contextual analysis, argumentation of the author's position, and benchmarking of best practices in relation to the subject of research. The essence of social responsibility of business and its relationship with corporate social responsibility of business are clarified. The boundaries of social responsibility of business are specified from the perspective of various approaches to their definition - liberal, traditional, socially oriented, strategic, integrated. The main barriers to the development of socially responsible business of consumer cooperation organizations are identified and argued: legal illegitimacy of the cooperative sector of the economy; the duality of the legal status of consumer cooperation organizations (consumer cooperatives); diversity of socio-economic interests of stakeholders in socially responsible business of consumer cooperation organizations.

Keywords: social responsibility, socially responsible business, consumer cooperation organizations, social mission of consumer cooperation.

References

1. Basova, Yu. Chto takoye korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost', zachem ona nuzhna i s chego nachat' [What is corporate social responsibility, why is it needed and where to start. Retrieved from: // <https://skillbox.ru/media/management/chto-takoe-korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-zachem-ona-nuzhna-i-s-chege-nachat/?ysclid=loe7sh76u1386528992>

2. Vatlina, L.V. (2021). Proyekty tsifrovyykh resheniy sotsial'nogo predprinimatel'stva potrebiteľ'skoy kooperatsii [Projects of digital solutions for social entrepreneurship and consumer cooperation]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (88), 246-254.

3. Eskin, A. Kak sotsial'naya otvetstvennost' pomogayet stroit' biznes [How

social responsibility helps build a business]. Retrieved from: // <https://rb.ru/opinion/kso/?ysclid=loe2lawqec111432750>

4. GOST R ISO 26000-2012. Rukovodstvo po sotsial'noy otvetstvennosti: Natsional'nyy standart Rossiyskoy Federatsii [GOST R ISO 26000-2012. Guide to social responsibility: National standard of the Russian Federation]. Retrieved from: // <https://docs.cntd.ru/document/1200097847?ysclid=1of5zwi0k3354638157>

5. «Dobro Mail.ru»: do treti nebol'shikh kompaniy tak ili inache zanimayutsya blagotvoritel'nost'yu [“Dobro Mail.ru”: up to a third of small companies are involved in charity in one way or another]. Retrieved from: // <https://www.asi.org.ru/news/2019/04/23/dobro-mail-rudo-treti-nebolshih-kompanij-tak-ili-inache-zanimayutsya-blagotvoritelnostyu/>

6. Zuyev, D. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: vidy, primery, formirovaniye [Social responsibility of business: types, examples, formation]. Retrieved from: // <https://www.kom-dir.ru/article/1460-sotsialnaya-otvetstvennost-biznesa?ysclid=loe798ttbw141815490>

7. Klimenko, O.I. (2018). Sel'skokhozyaystvennaya potrebitel'skaya kooperatsiya : tendentsii i perspektivy razvitiya [Agricultural consumer cooperation: trends and development prospects]. Novyye vyzovy i perspektivy razvitiya kooperativnogo dvizheniya: materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii professorsko-prepodavatel'skogo sostava i aspirantov [New challenges and prospects for the development of the cooperative movement: materials of the international scientific and practical conference of faculty and graduate students]. Belgorod: Published by BUKEP. P. 16-25.

8. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' [Corporate social responsibility]. Retrieved from: // <https://mbnspb.ru/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost/?ysclid=loe257awri533258236>

9. Matraeva, LV. et al. (2022). Potrebitel'skaya kooperatsiya: osnovy modeli funktsionirovaniya i klyuchevyye tendentsii razvitiya v Rossii [Consumer cooperation: fundamentals of the operating model and key development trends in Russia]. Fundamental'nyye i prikladnyye issledovaniya kooperativnogo sektora ekonomiki. Nauchno-teoreticheskiy zhurnal [Fundamental and applied research in the cooperative sector of the economy. Scientific and theoretical journal]. 1, 44-49.

10. Machkarina, O.D., Revenko, N.V. (2019). Kooperatsiya kak sotsial'nyy institut i faktor stabil'nosti sotsial'no-ekonomiceskoy sistemy: istoricheskiy aspekt [Cooperation as a social institution and a factor of stability of the socio-economic system: historical aspect]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (74), 235-243.

11. Nagovitsina, L.P., Drozdova, M.I. (2019). Sotsial'naya otvetstvennost' i potentsial razvitiya potrebitel'skoy kooperatsii [Social responsibility and potential for the development of consumer cooperation]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (74), 225-234.

12. Natsional'nyy reyestr nefinansovykh otchetov. Rossiyskiy soyuz promyshlennikov i predprinimateley [National Register of Non-Financial Reports. Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs]. Retrieved from: // https://rspp.ru/sustainable_development/registrar/.

13. Portal «Biznes i obshchestvo» [Portal "Business and Society"]. Retrieved from: // <https://www.b-soc.ru/o-nas/>.

14. Potrebitel'skaya kooperatsiya - samaya vygodnaya forma vzaimootnosheniya biznesa i naseleniya [Consumer cooperation is the most profitable form of relationship between business and the population]. Retrieved from: // <https://vc.ru/legal/115182-potrebitelskaya-kooperaciya-samaya-vygodnaya-forma-vzaimootnosheniya-biznesa-i-naseleniya?ysclid=lo8dlg6ukv307043416>

15. Realizatsiya korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti biznesa. Agentstvo internet-marketinga Exiterra [Implementation of corporate social responsibility of business. Internet marketing agency Exiterra].

Retrieved from:// <https://exiterra.ru/blog/dlya-biznesa/realizatsiya-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-biznesa/?ysclid=loe2qtgjly47175025>

16. Trunov, A.A., Chernikova, E.I., Semenenko, G.A. (2018). Sotsial'no-ekonomiceskaya spetsifika ideologii rannego kooperativnogo dvizheniya [Socio-economic specifics of the ideology of the early cooperative movement]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4 (71), 308-318.

e-mail: pror-nr@bukep.ru

УДК 334.735

DOI: 10.21295/2223-5639-2023-6-264-275

Исаенко Е.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, ректор, профессор кафедры экономики

Акинин Н.Г.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

К ПРОБЛЕМЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДЕТЕРМИНИРУЮЩИХ ПРОЦЕССОВ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Аннотация. Цель исследования заключалась в реализации положений процессного и детерминированного подходов применительно к определению процессов развития конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации, адекватных трендам развития конкурентной среды их деятельности, оказывающих детерминирующее влияние на результат реализации целевого процесса – развитие конкурентного потенциала. Проведение исследования базировалось на положениях теорий конкуренции и кооперации, процессном и детерминированном подходах, формирующих гносеологию конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации и процессов, оказывающих на его развитие детерминирующее влияние. Базовыми методами для проведения исследования определены изучение существующих подходов к решению поставленной проблемы, их содержательный и контекстный анализ; формирование авторской позиции и ее аргументация; трендовый анализ конкурентной среды деятельности организаций потребительской кооперации; установление причинно-следственной связи между детерминантами и процессами целедостижения применительно к развитию конкурентного потенциала. Представлена краткая характеристика основных трендов развития конкурентной среды деятельности организаций потребительской кооперации. Обоснована доминантность деятельностной компоненты в расширении инвестиционного, аналитического, цифрового и кадрового функционала организаций потребительской кооперации для реализации цели развития их конкурентного потенциала. Определены и аргументированы процессы, имеющие детерминирующее значение для развития конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации, представленные диверсификацией инвестиционных источников финансирования деятельности потребительских обществ; созданием региональных бизнес-аналитических центров; формированием цифрового портфолио организаций; переформатированием системы непрерывного профессионального образования работников на онлайн-ресурсы для оперативного формирования новых компетенций и гибких навыков.

Ключевые слова: организации потребительской кооперации, конкурентный потенциал, детерминирующие процессы развития конкурентного потенциала.

Введение. Кардинальная смена экономического уклада общества, произошедшая более трех десятилетий назад, закономерно привела к возникновению новых

явлений и процессов, характеризующих систему экономических отношений хозяйствующих субъектов, выстраиваемых на принципах их рыночной организации.

Теория прикладной экономики обогатилась новыми терминами – конкуренция, конкурентные отношения, конкурентные преимущества, конкурентный потенциал, конкурентоспособность [4, 5, 11, 13] и т.д., родовой для которых выступает категория «конкуренция», являющаяся существенным признаком современной экономической среды.

Названные, а также иные терминологические производные категории «конкуренция» прочно закрепились в реальной хозяйственной практике, перед субъектами которой остро всталась проблема поиска направлений развития, обеспечивающих устойчивое положение на конкурентном рынке.

Для организаций потребительской кооперации – специфических субъектов, осуществляющих экономическую деятельность для реализации исторически присущей им социальной миссии, данная проблема имеет особое значение.

Связано это с тем, что социальные приоритеты потребительской кооперации, с одной стороны, расширяют направления и возможности развития ее организаций; с другой стороны, требуют от них стабильного роста эффективности экономической деятельности как ресурсного источника для выполнения социальных функций.

Объективность данного обстоятельства признается всеми исследователями, научные интересы которых находятся в плоскости поиска перспектив конкурентного развития потребительской кооперации, обосновываемых в разных аспектах:

– в концепте формирования новых теоретико-методологических основ потребительской кооперации [3];

– с позиций адаптации исторического опыта потребительской кооперации к современным рыночным реалиям [15];

– с точки зрения построения новой модели взаимодействия структурных составляющих системы [14];

– в контексте исследования тенденций развития организаций [6], факторов и условий его устойчивости [7], рисков [9] для программного целеполагания [10] и формирования состава приоритетных задач [12];

– с позиций аргументации необходимости использования инновационных инструментов развития организаций потребительской кооперации, в том числе внедрения цифровых решений [1, 2], перехода на проектное управление традиционными сферами деятельности [8] и т.д.

Высоко оценивая выполненные исследователями работы в сфере поиска перспектив развития потребительской кооперации в разных предметных направлениях, мы считаем, что в части развития конкурентного потенциала организаций содержание изученных нами работ дает фрагментарное представление его направлений.

Как правило, эти направления сводятся к перспективам развития экономики организаций, итогом которого, по умолчанию, должно явиться развитие их конкурентного потенциала.

Отличием нашего подхода к обоснованию перспектив развития конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации является их определение в контексте процессного подхода, т.е. выделение и аргументация тех «вспомогательных» процессов, которые оказывают на целевой процесс детерминирующее, определяющее влияние.

Изложенное раскрывает суть нашей исследовательской гипотезы и отражено формулировкой цели исследования, заключающейся в реализации положений процессного и детерминированного подходов применительно к определению процессов развития конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации, адекватных трендам развития конкурентной среды их деятельности, оказывающих детерминирующее влияние на результат

реализации целевого процесса – развитие конкурентного потенциала.

В такой постановке цели исследования ее достижение обеспечено решением следующих задач:

- представить краткую характеристику основных трендов развития конкурентной среды деятельности организаций потребительской кооперации;

- обосновать доминантность деятельностной компоненты в расширении инвестиционного, аналитического, цифрового и кадрового функционала организаций потребительской кооперации для реализации цели развития их конкурентного потенциала;

- определить и аргументировать детерминирующие процессы развития конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации, отвечающие актуальным трендам развития конкурентной среды.

Методы исследования. Проведение исследования базировалось на положениях теорий конкуренции и кооперации, процессном и детерминированном подходах, формирующих гносеологию конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации и процессов, оказывающих на его развитие детерминирующее влияние.

Базовыми методами для проведения исследования определены изучение существующих подходов к решению поставленной проблемы, их содержательный и контекстный анализ; формирование авторской позиции и ее аргументация; трендовый анализ конкурентной среды деятельности организаций потребительской кооперации; установление причинно-следственной связи между детерминантами и процессами целедостижения применительно к развитию конкурентного потенциала.

Результаты исследования. Несмотря на свой некоммерческий статус и социальные приоритеты деятельности, ле-

гитимизированные действующим законодательством, организациям потребительской кооперации функционируют в конкурентной среде с равными для всех хозяйствующих субъектов условиями.

Конкурентная среда, по определению, не может оставаться стабильной, постоянно эволюционирует под влиянием возмущающих воздействий, вызванных факторами различной природы происхождения:

- политическими, обусловленными изменением экономической политики государства;

- экономическими, связанными с введением новых экономических регуляторов рынка, реформированием системы экономических отношений, появлением инновационных инструментов и способов организации деловых коммуникаций;

- социальными, возникающими в сфере изменчивых потребительских предпочтений товарной продукции и услуг, предлагаемых «открытым» рынком, а также в сфере социально-бытовых проблем потребителей, решаемых с помощью конкурентного рынка, предоставляющего потребителям свободу выбора субъекта удовлетворения их потребностей;

- психологическими, обусловленными субъективными оценками бизнессообщества состояния деловой среды и ее прогнозных изменений, степенью готовности и способности оперативной адаптации бизнеса к этим изменениям и т.д.

Совокупное действие факторов на развитие конкурентной среды выступает главной причиной формирования новых трендов данного процесса, по аналогии с факторами, также множественных и разнообразных.

Для нашего исследования, соответственно его цели и предмету, основными трендами развития конкурентной среды деятельности организаций потребитель-

ской кооперации представляется справедливым признать:

- ухудшение инвестиционного климата вследствие проявления дефицита инвестиционных ресурсов из-за замедления темпов экономического роста в условиях беспрецедентных санкционных ограничений со стороны недружественных стран;
- возрастание роли аналитики и мониторинга рынка вследствие ускорения ее изменений из-за возникновения новых факторов и причин турбулентности, нарушающих стабильность конкурентной среды;
- масштабирование цифровизации во всех сферах общественной жизнедеятельности вследствие принятой на государственном уровне парадигмы цифрового развития и реализации комплекса целевых программ, имеющих целью повышение инновационности экономики посредством тиражирования цифровых решений;
- обострение проблемы дефицита трудовых ресурсов из-за развивающегося демографического кризиса, неполного соответствия наличного трудового потенциала новым задачам экономического развития в части профессиональной компетентности, сформированности мотивации занятого в экономике населения к непрерывному профессиональному образованию.

По характеру влияния на конкурентный потенциал организаций потребительской кооперации выделенные основные тренды развития конкурентной среды, на наш взгляд, являются негативными, существенно усложняющими социально-экономическую деятельность организаций.

Объяснение этому, главным образом, связано с ресурсным дефицитом, характерным подавляющему большинству организаций потребительской кооперации, за редким исключением.

Так, в части инвестирования недостаток ресурсов проявляется даже в текущей деятельности организаций, не говоря о долгосрочных проектах. Скорость обращения оборотного капитала замедляется из-за снижения покупательной способности основного контингента потребителей – сельского населения.

Привлечение кредитных ресурсов практически невозможно из-за постоянного роста ставки рефинансирования, устанавливаемой Центробанком для коммерческих банков, в свою очередь увеличивающих стоимость кредитов, недоступную для организаций потребительской кооперации по причине низкой рентабельности их деятельности.

В части аналитического сопровождения деятельности организаций потребительской кооперации оно, как показывает практика, сводится к архаичному составлению статистической, бухгалтерской, налоговой и прочей отчетности, представляемой в соответствующие инстанции. Основными критериями при этом по-прежнему являются своевременность представления отчетности, обеспечение ее полноты и достоверности, при нарушении которых организация будет подвергнута экономическим санкциям, т.е. штрафам.

Непосредственно аналитикой в организациях потребительской кооперации занимается только экономическая служба, но ее функционал в этой области ограничен решением традиционных задач, квалификацией специалистов, не владеющих современным инструментарием бизнес-аналитики, а также ресурсными ограничениями для приобретения современных технических средств и пользования инновационными программными продуктами.

Эти же причины выступают базисными для невозможности комплексной цифровой трансформации деятельности

организаций потребительской кооперации, в лучшем случае, создавших официальные сайты и фрагментарно использующих отдельные программные продукты, например, систему 1С: Предприятие для учета движения товарных запасов, объемов продаж и т.д.

Ознакомление с информацией, размещенной на сайтах первичных кооперативов – потребительских обществ, показывает, что она ограничена указанием ведомственной подчиненности кооператива, его местонахождения, контактов, а размещение информации, предназначенной для деловых партнеров, является, скорее исключением, чем правилом.

Более того, далеко не все первичные кооперативы перешли на систему электронного документооборота между структурными подразделениями. Электронные коммуникации организованы только с вышестоящими в иерархии управления организациями и используются для электронной отправки отчетности.

Особенной проблемой по силе влияния на конкурентный потенциал организаций потребительской кооперации, по сути, главной, является дефицит трудовых ресурсов, источником покрытия которого выступает сельское население, зачастую имеющее только базовое общее или начальное профессиональное образование. Повышение его уровня для работников первичных кооперативов затруднено вследствие исключения расходов на подготовку кадров из состава затрат, формирующих себестоимость.

Оплата стоимости профессиональной подготовки, переподготовки, повышения квалификации, дополнительного профессионального образования работников, согласно действующему налоговому зако-

нодательству, производится за счет прибыли, отсутствующей у многих организаций в силу «планово-убыточного» характера их деятельности.

Изложенные обстоятельства подтверждают факт проблемности конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации в части его соответствия основным трендам развития конкурентной среды.

Однако данные обстоятельства, по нашему убеждению, не должны выступать препятствием для активизации деятельности организаций по поиску направлений развития конкурентного потенциала, не требующих значительных по объему ресурсов, адекватных условиям объективно существующей их ограниченности.

В данном случае речь идет о доминантности деятельности по развитию конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации в сравнении с увеличением его ресурсного базиса, т.е. об активизации деятельности по развитию тех процессов, которые способным оказать детерминирующее влияние на целевой процесс – развитие конкурентного потенциала.

В логике нашего исследования, детерминирующие процессы развития конкурентного потенциала должны соответствовать трендам развития конкурентной среды и учитывать факт ресурсодефицита, обоснованного выше в разрезе инвестиционного, аналитического, цифрового и кадрового функционала организаций потребительской кооперации.

Исходя из этого, детерминирующие процессы развития конкурентного потенциала мы определяем следующим составом (рис.).



Рис. Детерминирующие процессы развития конкурентного потенциала, отвечающие функционалу организаций потребительской кооперации

В порядке краткого обоснования выделяемых нами детерминирующих процессов развития конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации, детальную разработку которых мы определяем задачей дальнейших научных исследований, приведем следующие пояснения.

Традиционным источником инвестирования деятельности потребительских обществ является привлечение заемных средств от пайщиков или кредитных ресурсов от коммерческих банков.

В современных экономических реалиях из-за снижения уровня жизни пайщики (сельское население) не располагают «свободными» денежными ресурсами для предоставления заемных средств потребительским обществам, а коммерческие банки определяют процентные ставки по кредитам в таком размере, который недоступен потребительским обществам в оплате стоимости кредитных ресурсов.

Вариантом решения проблемы диверсификации инвестиционных источни-

ков финансирования деятельности потребительских обществ, на наш взгляд, может стать привлечение заемных средств от пайщиков-юридических лиц и хозяйственных обществ, учредителями которых выступают организации потребительской кооперации.

Подобные хозяйственные общества имеют статус юридического лица и функционируют по правилам упрощенной системы налогообложения, а, следовательно, располагают более широкими ресурсными возможностями для инвестирования деятельности потребительских обществ.

Координация, регулирование и контроль этой работы, по нашему мнению, должны осуществляться региональным союзом, в состав которого входят потребительские и хозяйственные общества, охватывать всю региональную зону деятельности, а не только территории их фактического местонахождения.

Иными словами, мы подразумеваем организацию межрайонных инвестиционных потоков под гарантии возвратности

инвестиций, предоставляемых региональным союзом потребительских обществ, расширение функционала которого потребует создания бизнес-аналитического центра, выделяемого нами в качестве второго детерминирующего процесса развития конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации.

Представляется, что региональный бизнес-аналитический центр, наряду с традиционным обобщением, накоплением и хранением информации о деятельности подведомственных организаций потребительской кооперации, должен осуществлять постоянное выдвижение, генерацию, тестирование маркетинговых гипотез на предмет приемлемости их реализации в конкретных организациях; разрабатывать и продвигать стартапы; популяризировать деятельность организаций во внешней среде, за пределами региона; проводить системный мониторинг изменений конъюнктуры локального рынка и оперативно доводить информацию о них до подведомственных организаций.

Мы осознаем, что создание региональных бизнес-аналитических центров потребует определенных затрат на первичной стадии организации их деятельности.

Но при этом считаем, что по мере ее развития, произведенные затраты окупятся в краткосрочном периоде и, согласно принципу синергии, позволят получить экономических эффект за счет концентрации аналитической деятельности в едином центре, избавив, тем самым, первичные кооперативы от ее выполнения.

Детерминирующим процессом развития конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации, содержательно взаимосвязанным с созданием региональных бизнес-аналитических центров, является процесс формирования цифрового портфолио организаций.

Данный процесс, на наш взгляд, следует считать первичной ступенью перехода организаций потребительской кооперации на цифровое управление, проведения

масштабных цифровых преобразований системы в целом.

Заметим, что в настоящее время отдельными потребительскими обществами проводится определенная работа по цифровизации деятельности в направлениях организации электронной торговли [1], проектирования цифровых решений для реализации функций социального предпринимательства [2], цифровой поддержки проектного управления в отдельных отраслях кооперативного хозяйства [8].

Однако эта работа не имеет системного характера, поскольку выполняется по инициативе лидирующих потребительских обществ, тогда как подавляющее их большинство не относится к категории «цифровых» лидеров.

Полагаем, что контроль, консультационное и методическое обеспечение, техническая поддержка процесса формирования цифрового портфолио организации потребительской кооперации должны являться функционалом регионального союза, с установлением унифицированных для подведомственных организаций позиций цифрового портфолио и правил их заполнения.

Для практического решения этой задачи потребуется развивать цифровые навыки работников в рамках переформатирования системы их непрерывного профессионального образования на онлайн-ресурсы, предоставляющие неограниченные возможности для формирования новых компетенций и гибких навыков, определяемого нами еще одним детерминирующим процессом развития конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации.

Актуальность этого процесса обусловливается указанным выше исключением расходов на подготовку кадров из состава затрат, относимых на себестоимость, и отсутствием у первичных кооперативов средств на целевую подготовку кадров в кооперативных образовательных органи-

зациях, относимых к негосударственному сектору, а поэтому не имеющих доступа к государственному финансированию их деятельности.

Даже в случае ресурсной возможности первичного кооператива для оплаты целевой подготовки кадров она является протяженной во времени, тогда как постоянно происходящие изменения конкурентной среды требуют от работников такого же постоянного обновления знаний, оперативного овладения новыми умениями и навыками.

Альтернативным способом решения этих задач представляется активное использование ресурсов образовательных онлайн-платформ, агрегирующих онлайн-курсы по различным предметным направлениям развития профессиональной компетентности.

Анализ ресурсов образовательных онлайн-платформ на предмет их адекватности задачам развития потребительской кооперации и рекомендации по выбору онлайн-курсов нами рекомендуется включать в функционал бизнес-аналитических центров, создаваемых в региональных союзах потребительских обществ.

Приоритет при этом, по нашему убеждению, должен отдаваться профильным онлайн-платформам, функционирующими на базе образовательных организаций потребительской кооперации.

Выходы и заключение. Развитие конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации происходит под влиянием трендов развития конкурентной среды, соответствие которым в настоящее время затруднено из-за существующих у организаций ресурсных ограничений.

В данной статье изложено авторское видение альтернативных вариантов реализации целевого процесса – развития конкурентного потенциала посредством активизации деятельности компоненты в расширении инвестиционного, аналитического, цифрового и кадрового функ-

ционала организаций, не требующей значительных по объему ресурсов.

Соответственно выделенным компонентам функционала организаций в их расширенном представлении в качестве детерминирующих процессов развития конкурентного потенциала организаций потребительской кооперации обоснованы:

- диверсификация инвестиционных источников финансирования деятельности потребительских обществ;
- создание региональных бизнес-аналитических центров;
- формирование цифрового портфолио организаций;
- переформатирование системы непрерывного профессионального образования работников на онлайн-ресурсы для оперативного формирования новых компетенций и гибких навыков.

Список литературы

1. Бобылев, А. Операция «Кооперация»: как потребительские общества выходят в онлайн / А. Бобылев. – URL: <https://sber.pro/publication/operatsiia-kooperatsiia-kak-potrebitelskie-obshchestva-vykhodiat-v-onlain> (дата обращения: 30.10.2023). – Текст : электронный.

2. Ватлина, Л. В. Проекты цифровых решений социального предпринимательства потребительской кооперации / Л. В. Ватлина. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 3(88). – С. 246–254.

3. Дерен, В. И. Потребительская кооперация : новые теоретико-методологические основы / В. И. Дерен, Ю. В. Гнездова. – Текст : непосредственный // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. – 2021. – № 1. – С. 85–91.

4. Клименко, О. И. Исследование организационных факторов формирования конкурентоспособности торговой организации / О. И. Клименко, В. В. Оберемко. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – № 3(51). – С. 37–42.
5. Лукиных, М. И. Конкурентный потенциал предприятия / М. И. Лукиных, А. Г. Оболенская. – Текст : непосредственный // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2018. – Том 8. – № 6А. – С. 20–27.
6. Матраева, Л. В. Потребительская кооперація : основы модели функционирования и ключевые тенденции развития в России / Л. В. Матраева, О. В. Каурова, Е. С. Васютина, Н. А. Королькова. – Текст : непосредственный // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. – 2022. – № 1. – С. 44–49.
7. Морозова, Н. И. Факторы устойчивости, гибкости и выживаемости кооперативного сектора экономики в современных условиях / Н. И. Морозова. – Текст : непосредственный // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. – 2020. – № 2. – С. 84–88.
8. Наговицина, Л. П. Проектное управление в потребительской кооперації : промысловая деятельность и заготовки / Л. П. Наговицина, М. И. Дроздова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 1(98). – С. 160–172.
9. Нитяго, И. В. Особенности оценки риска и критерии выбора экономического решения для кооперативной организации / И. В. Нитяго, О. Н. Мороз. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 3(76). – С. 274–284.
10. Пахомов, В. М. Сельская кооперація в фокусе среднесрочных региональных программ развития: стратегические цели и модели поведения / В. М. Пахомов, А. В. Брилон. – Текст : непосредственный // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. – 2020. – № 2. – С. 25–34.
11. Семененко, С. В. Теория и методология исследования конкурентного потенциала торговой организации : монография / С. В. Семененко, О. И. Клименко. – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2013. – 224 с. – Текст : непосредственный.
12. Семенович, В. С. О некоторых задачах потребительской кооперації и путях их решения / В. С. Семенович, А. Н. Жаров, Н. Б. Самброс. – Текст : непосредственный // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. – 2020. – № 4. – С. 55–60.
13. Тушинская, К. В. Конкурентный потенциал организаций: генезис и факторы формирования / К. В. Тушинская. – URL: <http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle/22092014/4509/> (дата обращения: 30.10.2023). – Текст : электронный.
14. Энфенджян, В. А. Хозяйственные общества, созданные потребительскими кооперативами. Особенности взаимодействия / В. А. Энфенджян, Д. А. Усова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2021. – № 19(361). – С. 140–144.
15. Ядранный, Д. Н. Потребительская кооперація – перспективы советского анахронизма / Д. Н. Ядранный. – Текст : непосредственный // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. – 2018. – № 2. – С. 94–106.

Isaenko E.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD in Economics, Professor, Rector, Professor of the Department of Economics

Akinin N.G.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student

ON THE PROBLEM OF DETERMINING THE DETERMINATING PROCESSES OF THE CONSUMER COOPERATION ORGANIZATIONS COMPETITIVE POTENTIAL DEVELOPMENT

Abstract. The purpose of the study was to implement the provisions of the process and deterministic approaches in relation to determining the processes of development of the competitive potential of consumer cooperation organizations that are adequate to the trends in the development of the competitive environment of their activities, which have a determining influence on the result of the implementation of the target process – the development of competitive potential. The research was based on the theories of competition and cooperation, process and deterministic approaches that form the epistemology of the competitive potential of consumer cooperation organizations and processes that have a determining influence on its development. The basic methods for conducting research are the study of existing approaches to solving the problem posed, their content and contextual analysis; formation of the author's position and its argumentation; trend analysis of the competitive environment for the activities of consumer cooperation organizations; establishing a cause-and-effect relationship between the determinants and processes of goal achievement in relation to the development of competitive potential. A brief description of the main trends in the development of the competitive environment for the activities of consumer cooperation organizations is presented. The dominance of the activity component in expanding the investment, analytical, digital and personnel functionality of consumer cooperation organizations is substantiated to achieve the goal of developing their competitive potential. The processes that are of decisive importance for the development of the competitive potential of consumer cooperation organizations, represented by the diversification of investment sources of financing the activities of consumer societies, have been identified and argued; creation of regional business analytical centers; formation of a digital portfolio of organizations; reformatting the system of continuous professional education of workers to online resources for the rapid formation of new competencies and flexible skills.

Keywords: consumer cooperation organizations, competitive potential, determining processes of development of competitive potential.

References

1. Bobylev, A. Operatsiya «Kooperatsiya»: kak potrebitel'skiye obshchestva vkhodyat v onlayn [Operation “Cooperation”: how consumer societies go online]. Retrieved from:// <https://sber.pro/publication/operatsiia-kooperatsiia-kak-potrebitelskie-obshchestva-vkhodiat-v-onlain>

2. Vatlina, L.V. (2021). Proyekty tsifrovyykh resheniy sotsial'nogo predprinimatel'stva potrebitel'skoy kooperatsii [Projects of digital solutions for social entrepreneurship and consumer cooperation]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (88), 246-254.

3. Deren, V.I., Gnezdova, Yu.V. (2021). Potrebiteľ'skaya kooperatsiya: novyye teoretiko-metodologicheskiye osnovy [Consumer cooperation: new theoretical and methodological foundations]. Fundamental'nyye i prikladnyye issledovaniya kooperativnogo sektora ekonomiki. Nauchno-teoreticheskiy zhurnal [Fundamental and applied research in the cooperative sector of the economy. Scientific and theoretical journal]. 1, 85-91.
4. Klimenko, O.I., Oberemko, V.V. (2014). Issledovaniye organizatsionnykh faktorov formirovaniya konkurentospособности torgovoy organizatsii [Study of organizational factors in shaping the competitiveness of a trade organization]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (51), 37-42.
5. Lukinykh, M.I., Obolenskaya, A.G. (2018). Konkurentnyy potentsial predpriyatiya [Competitive potential of the enterprise]. Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra [Economics: Yesterday, Today, Tomorrow]. 8 (6A), 20-27.
6. Matrayeva, L.V. et al. (2022). Potrebiteľ'skaya kooperatsiya: osnovy modeli funktsionirovaniya i klyuchevyye tendentsii razvitiya v Rossii [Consumer cooperation: fundamentals of the operating model and key development trends in Russia]. Fundamental'nyye i prikladnyye issledovaniya kooperativnogo sektora ekonomiki. Nauchno-teoreticheskiy zhurnal [Fundamental and applied research in the cooperative sector of the economy. Scientific and theoretical journal]. 1, 44-49.
7. Morozova, N.I. (2020). Faktory ustoychivosti, gibkosti i vyzhivayemosti kooperativnogo sektora ekonomiki v sovremennykh usloviyakh [Factors of stability, flexibility and survival of the cooperative sector of the economy in modern conditions]. Fundamental'nyye i prikladnyye issledovaniya kooperativnogo sektora ekonomiki. Nauchno-teoreticheskiy zhurnal [Fundamental and applied research in the cooperative sector of the economy. Scientific and theoretical journal]. 2, 84-88.
8. Nagovitsina, L.P., Drozdova, M.I. (2023). Proyektnoye upravleniye v potrebiteľ'skoy kooperatsii: promyslovaya deyatel'nost' i zagotovki [Project management in consumer cooperation: fishing activities and procurement]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (98), 160-172.
9. Nityago, I.V., Moroz, O.N. (2019). Osobennosti otsenki riska i kriterii vybora ekonomiceskogo resheniya dlya kooperativnoy organizatsii [Features of risk assessment and criteria for choosing an economic solution for a cooperative organization]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (76), 274-284.
10. Pakhomov, V.M., Brilon, A.V. (2020). Sel'skaya kooperatsiya v fokuse srednesrochnykh regional'nykh programm razvitiya: strategicheskiye tseli i modeli povedeniya [Rural cooperation in the focus of medium-term regional development programs: strategic goals and behavior models]. Fundamental'nyye i prikladnyye issledovaniya kooperativnogo sektora ekonomiki. Nauchno-teoreticheskiy zhurnal [Fundamental and applied research in the cooperative sector of the economy. Scientific and theoretical journal]. 2, 25-34.
11. Semenenko, S.V., Klimenko, O.I. (2013). Teoriya i metodologiya issledovaniya konkurentnogo potentsiala torgovoy organizatsii: monografiya [Theory and methodology for studying the competitive potential of a trade organization: monograph]. Belgorod: Published by BUKEP.

-
-
12. Semenovich, V.S., Zharov, A.N., Sambros, N.B. (2020). O nekotorykh zadachakh potrebitel'skoy kooperatsii i putyakh ikh resheniya [About some problems of consumer cooperation and ways to solve them]. Fundamental'nyye i prikladnyye issledovaniya kooperativnogo sektora ekonomiki. Nauchno-teoreticheskiy zhurnal [Fundamental and applied research in the cooperative sector of the economy. Scientific and theoretical journal]. 4, 55-60.
13. Tushinskaya, K.V. Konkurentnyy potentsial organizatsii: genezis i faktory formirovaniya [Competitive potential of an organization: genesis and formation factors]. Retrieved from:// <http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle/22092014/4509/>
14. Enfendzhyan, V.A., Usova, D.A. (2021). Khozyaystvennyye obshchestva, sozdannyye potrebitel'skimi kooperativami. Osobennosti vzaimodeystviya [Business societies created by consumer cooperatives. Features of interaction]. Molodoy uchenyy [Young Scientist]. 19 (361), 140-144.
15. Yadranskiy, D.N. (2018). Potrebitel'skaya kooperatsiya – perspektivy sovetskogo anakronizma [Consumer cooperation – prospects for Soviet anachronism]. Vestnik PNIPU. Sotsial'no-ekonomicheskiye nauki [Bulletin of PNIPU. Socio-economic sciences]. 2, 94-106.

e-mail: rektor@bukep.ru

Антонова М.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры финансов и таможенных доходов

Ткачев Д.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПАЙЩИКОВ КРЕДИТНЫХ КООПЕРАТИВОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ИХ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Аннотация. Целью исследования является разработка методических подходов оценки качества обслуживания пайщиков кредитных кооперативов (КПК) для повышения социально-экономической эффективности деятельности КПК. В исследовании использованы социально-экономический метод анкетирования, а также статистические методы: коэффициентный метод, индексный метод, метод средних величин. Основными параметрами, негативно влияющими на качество обслуживания пайщиков при открытии сбережений, являются: недобросовестное информирование пайщиков об условии сбережений кооператива; непрозрачное ценообразование по сбережениям кооператива; навязывание дополнительных продуктов при открытии сбережений (связанные продажи). По данным критериям авторами были разработаны показатели, характеризующие уровень недобросовестного информирования пайщиков; уровень непрозрачного ценообразования по сбережениям кредитного потребительского кооператива и уровень связанных продаж. Данные показатели послужили основой для определения индикаторов комплексной оценки качества обслуживания пайщиков при открытии сбережений в кредитном кооперативе. Представленная методика является простой в интерпретации полученных значений, позволяет точно определить, улучшается или снижается уровень качества обслуживания пайщиков. Недостатком методики является сложность и относительная трудоемкость получения исходных данных (например, количества жалоб пайщиков на кредитный кооператив).

Ключевые слова: кредитный кооператив, пайщик, качество обслуживания, сбережения.

Введение. Кредитная кооперація создана с целью удовлетворения финансовых потребностей пайщиков (привлечение сбережений и выдачу займов). Однако современные реалии таковы, что финансовые потребности пайщиков не только не удовлетворяются кредитными кооперативами в полной мере, но и качество обслуживания членов кооператива не всегда соответствует истинным принципам и ценностям кооперации.

Данная проблема имеет подтверждение при исследовании динамики жалоб, поступающих от пайщиков кредитных кооперативов в Банк России [11]. В связи с этим считаем актуальным исследование методических аспектов оценки качества обслуживания пайщиков при открытии ими сбережений в кредитном потребительском кооперативе.

Отметим, что кооперація, в том числе кредитная кооперація, является объек-

том исследования многих научных работ. Особый вклад в исследование коопेरации, на наш взгляд, внесли такие авторы, как: В.И. Теплов, Е.В. Исаенко, Е.Е. Тарасова [3, 9], О.И. Клименко, В.В. Иголкина и др. [4].

Финансово-экономические аспекты деятельности коопеरативов, в том числе кредитных коопеरативов, изучены в научных трудах М.В. Антоновой, И.В. Чистниковой [1, 2], В.В. Шеховцова, Е.Г. Серовой [7], Р.В. Кононенко, Р.А. Соловьевой, Р.А. Тедеевой, Е.В. Токарь [5], О.В. Черкашиной [10].

Изучению качества обслуживания населения также удалено внимание научным сообществом. В контексте оценки качества обслуживания при предоставлении финансовых услуг интерес представляют исследования Г.А. Кришталь [6] и С.М. Степановой [8]. Однако их работы посвящены банковскому обслуживанию, тогда как качество обслуживания в кредитных коопеरативах остается актуальной проблемой для исследования.

Целью исследования является разработка методических подходов оценки качества обслуживания пайщиков кредитных коопеरативов для повышения социально-экономической эффективности деятельности КПК. Цель исследования достигается путем решения следующих задач:

- формирование анкеты для опроса действующих и потенциальных пайщиков кредитных коопеरативов с целью выявления основных характеристик, негативно влияющих на качество обслуживания;
- разработка показателей, характеризующих уровень недобросовестного информирования пайщиков об условиях сбережений кредитного коопеरатива;
- разработка показателей, характеризующих уровень непрозрачного ценообразования по сбережениям кредитного потребительского коопеरатива;
- разработка показателей, характеризующих уровень связанных продаж;

– разработка индикаторов комплексной оценки качества обслуживания пайщиков при открытии сбережений в кредитном коопеरативе.

Объектом исследования выбраны сбережения кредитных коопеरативов и формы обслуживания пайщиков при открытии сбережений.

Гипотеза исследования заключается в том, что повышение социально-экономической эффективности деятельности кредитного коопеरатива во многом определяет уровень качества обслуживания пайщиков, методические подходы к оценке которого предложены в данной работе. Предложенная методика позволит не только произвести оценку качества, но и выделить основные аспекты ее снижения.

Методы исследования. В исследовании использованы социально-экономический метод анкетирования, а также статистические методы: коэффициентный метод, индексный метод, метод средних величин.

Результаты исследования. Оценка качества обслуживания населения на рынке услуг представляет собой довольно сложную научно-практическую задачу. Так как в понятие «качество» каждый пайщик вкладывает свой индивидуальный аспект: кому-то важно, чтобы кредитный коопеरатив был доступен как онлайн, так и офлайн (находился недалеко от работы/дома), для кого-то особую актуальность будут иметь вежливость сотрудников, их доброжелательность и т.п., кого-то будет привлекать профессионализм работников коопеरатива, размер процентных ставок по сбережениям и т.п. Данный список примеров может быть довольно длинным.

В данном исследовании нами выбраны основные характеристики качества обслуживания населения, полученные в результате опроса респондентов (рис. 1).

Анкета 1	
«Изучение показателей, характеризующих качество обслуживания пайщиков при открытии сбережений в кредитном кооперативе»	
Расставьте места в порядке убывания факторов, которые, по Вашему мнению, оказывают наибольшее влияние на качество обслуживания пайщиков при открытии сбережений в кооперативе	
Факторы, оказывающие негативное влияние на объем сбережений кредитного кооператива	Место фактора (от 1 до 6)
Недобросовестное информирование об условиях страхования сбережений (<i>f1</i>)	3
Отсутствие информации о правах и обязанностях пайщика при открытии сбережения в кооперативе (<i>f2</i>)	4
Низкая процентная ставка по сбережениям (<i>f3</i>)	2
Обязательное условие приобрести дополнительный продукт при открытии сбережений (<i>f4</i>)	5
Недостаточное разнообразие линейки сбережений кооператива (<i>f5</i>)	6
Развитие альтернативных (банковских) инструментов размещения средств (<i>f6</i>)	1

Рис. 1. Мнение эксперта №1 по факторам, влияющим на качество обслуживания пайщиков при открытии сбережений в кооперативе

В ходе опроса было исследовано мнение 126 респондентов, среди которых как действующие пайщики кредитных кооперативов, так и потенциальные пайщики.

В результате авторами были сформированы три основные характеристики, негативно влияющие на качество обслуживания пайщиков при открытии сбережений в кооперативе:

1) недобросовестное информирование пайщиков об условии сбережений кооператива;

2) непрозрачное ценообразование по сбережениям кооператива;

3) навязывание дополнительных продуктов при открытии сбережений (связанные продажи).

По каждой из указанных характеристиками нами были разработаны показатели, которые позволяют оценить уровень каж-

дого фактора, негативно влияющего на качество обслуживания пайщиков.

По нашему мнению, оценку уровня недобросовестного информирования об условиях сбережений кредитного кооператива характеризуют такие показатели (табл. 1), как:

- показатель недобросовестного информирования, характеризующий долю жалоб, поданных пайщиками, связанных с недостоверностью или неполнотой информации при открытии (иногда при закрытии) сбережения. Чем ниже значение данного показателя, тем выше качество обслуживания пайщиков;

- показатель качества портфеля сбережений – характеризует долю долгосрочных (сроком более 1 года) сбережений в общем объеме портфеля сбережений кредитного кооператива.

Таблица 1

Показатели оценки уровня недобросовестного информирования пайщиков об условиях сбережений кредитного кооператива*

Показатель	Формула расчета	Условные обозначения
Показатель недобросовестного информирования ($\Pi_{ни}$)	$\Pi_{ни} = \frac{K_{ж}}{K_{пс}}$	$K_{ж}$ – количество поданных в течение года жалоб на кооператив, связанных с недостоверностью (неполнотой) предоставленной информации по сбережениям; $K_{пс}$ – количество действующих договоров сбережений
Показатель качества портфеля сбережений ($\Pi_{КПС}$)	$\Pi_{КПС} = \frac{C_d}{C}$	C_d – долгосрочные сбережения кооператива; C – общий объем сбережений кооператива

*Составлено авторами.

Существенной проблемой, влияющей на качество обслуживания пайщиков при открытии сбережений, является непрозрачность ценообразования. По нашему мнению, для оценки данной характеристики следует использовать следующие показатели (табл. 2):

– показатель соответствия условиям рынка, характеризует разрыв между ставками по сбережениям кооператива и ключевой ставкой Банка России. Если данный показатель меньше 1, то ставки сбережений кооператива ниже ключевой ставки, что делает их непривлекательными

по уровню доходности, например по сравнению с банковскими вкладами;

– показатель конкурентоспособности ставок по сбережениям кооператива. Данный показатель применяется в методике для сравнения ставок по сбережениям кооператива со средними ставками по сбережениям на финансовом рынке. Если данный показатель выше 1, то ставки исследуемого кооператива более доходны, чем среднерыночное значение.

Показатели оценки уровня связанных продаж представлены в таблице 3.

Таблица 2

Показатели оценки уровня непрозрачного ценообразования по сбережениям кредитного потребительского кооператива*

Показатель	Формула расчета	Условные обозначения
Показатель соответствия условиям рынка (\Pr)	$\Pr = \frac{\Ц_c}{\КС_цбР}$	$\Ц_c$ – процентная ставка по сбережениям кредитного кооператива; $\КС_цбР$ – ключевая ставка Банка России
Показатель конкурентоспособности ставок по сбережениям кооператива ($\Pi_{кс}$)	$\Pi_{кс} = \frac{\Ц_c}{\Ц_{ср}}$	$\Ц_c$ – процентная ставка по сбережениям кредитного кооператива; $\Ц_{ср}$ – средняя процентная ставка по аналогичным финансовым продуктам на российском финансовом рынке

*Составлено авторами.

Таблица 3

Показатели оценки уровня связанных продаж*

Показатель	Формула расчета	Условные обозначения
Показатель уровня связанных продаж (Псп)	$\text{Псп} = \frac{K_s}{K_{nc}}$	K_s – количество договоров со связанными продажами; K_{nc} – количество действующих договоров сбережений
Показатель доли сбережений со связанными продуктами (Пд)	$\text{Пд} = \frac{Cs}{Cl}$	C_s – количество сбережений кооператива, включающих при оформлении обязательное условие оформления другого продукта; C_l – общее количество сбережений в действующей линейке кооператива

*Составлено авторами.

По нашему мнению, для оценки уровня связанных продаж необходимо применять:

– показатель уровня связанных продаж, характеризующих долю договоров со связанными (навязанными пайщику дополнительными продуктами) продажами, в общем объеме заключенных договоров сбережений;

– показатель доли сбережений со связанными продуктами. Для определения данного коэффициента необходимо внима-

тельно изучить линейку сбережений, предлагаемую кооперативом своим пайщикам, и выявить сбережения, в условиях которых присутствует обязательное условие оформления дополнительного (зачастую ненужного пайщику) продукта (например, страхование или открытие дебетовой карты и т.п.).

Для комплексной оценки качества обслуживания населения при открытии сбережений в кредитном кооперативе считаем целесообразным использовать индексный метод расчета (табл. 4).

Таблица 4

Индикаторы комплексной оценки качества обслуживания пайщиков при открытии сбережений в кредитном кооперативе

Индикатор	Формула расчета	Условные обозначения
Индикаторы оценки уровня недобросовестного информирования		
Индекс недобросовестного информирования (Ини)	$I_{ни} = \frac{P_{ни1}}{P_{ни0}}$	$P_{ни1}, P_{ни0}$ – показатели недобросовестного информирования отчетного и базового периодов соответственно
Индекс качества портфеля сбережений (Икпс)	$I_{кпс} = \frac{P_{кпс1}}{P_{кпс0}}$	$P_{кпс1}, P_{кпс0}$ – показатели качества портфеля сбережений отчетного и базового периодов соответственно
Общий индекс недобросовестного информирования (I_u)		$I_u = \sqrt{\frac{1}{I_{ни}} \times I_{кпс}}$

Окончание табл. 4

Индикатор	Формула расчета	Условные обозначения
Индикаторы оценки уровня непрозрачности ценообразования		
Индекс соответствия условиям рынка (I_p)	$I_p = \frac{Pr_1}{Pr_0}$	Пр ₁ , Пр ₀ – показатели соответствия условиям рынка отчетного и базового периодов соответственно
Индекс конкурентоспособности ставок по сбережениям кооператива (I_{kc})	$I_{kc} = \frac{P_{kc1}}{P_{kc0}}$	Пк _{c1} , Пк _{c0} – показатели конкурентоспособности ставок по сбережениям кооператива отчетного и базового периодов соответственно
<i>Общий индекс непрозрачности ценообразования (I_u)</i>		$I_u = \sqrt{I_p \times I_{kc}}$
Индикаторы оценки уровня связанных продаж		
Индекс связанных продаж (I_{cp})	$I_{cp} = \frac{P_{cp1}}{P_{cp0}}$	Пс _{p1} , Пс _{p0} – показатели уровня связанных продаж отчетного и базового периодов соответственно
Индекс доли сбережений со связанными продуктами (I_d)	$I_d = \frac{\Pi d_1}{\Pi d_0}$	Пд ₁ , Пд ₀ – показатели доли сбережений со связанными продуктами отчетного и базового периодов соответственно
<i>Общий индекс оценки уровня связанных продаж (I_n)</i>		$I_n = \sqrt{\frac{1}{I_{cp}} \times \frac{1}{I_d}}$
Индекс комплексной оценки качества обслуживания пайщиков при открытии сбережений в кооперативе (I_k)		$I_k = \sqrt[3]{I_u \times I_{cp} \times I_n}$

*Составлено авторами.

Для интерпретации данного авторского индекса (индекса комплексной оценки качества обслуживания пайщиков при открытии сбережений в кооперативе (I_k)) предлагаем использовать следующую шкалу:

- если индекс I_k больше 1, то качество обслуживания пайщиков в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом улучшилось;
- если индекс I_k равен 1 – качество обслуживания пайщиков при открытии сбережений не изменилось в отчетном периоде относительно базисного периода;
- если индекс I_k меньше 1, то качество удовлетворения финансовых потребностей пайщиков по привлечению сбережений снизилось, что требует незамедлительных мер от руководства кредитного кооператива.

Выводы и заключение. Проведенное исследование позволило сделать вывод, что основными параметрами, негативно влияющими на качество обслуживания пайщиков при открытии сбережений, являются: недобросовестное информирование пайщиков об условии сбережений кооператива; непрозрачное ценообразование по сбережениям кооператива; навязывание дополнительных продуктов при открытии сбережений (связанные продажи). По данным критериям авторами были разработаны показатели, характеризующие уровень недобросовестного информирования пайщиков; уровень непрозрачного ценообразования по сбережениям кредитного потребительского кооператива и уровень связанных продаж. Данные показатели послужили основой для определения индикаторов комплексной оценки качества обслуживания пайщиков

при открытии сбережений в кредитном кооперативе. Представленная методика является простой в интерпретации полученных значений, позволяет точно определить, улучшается или снижается уровень качества обслуживания пайщиков. Недостатком методики являются сложность и относительная трудоемкость получения исходных данных (например, количества жалоб пайщиков на кредитный кооператив).

Список литературы

1. **Антонова, М. В.** Исследование факторов, препятствующих развитию кредитной кооперации в Белгородской области / М. В. Антонова, И. В. Чистникова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2014. – № 6. – С. 132–137.

2. **Антонова, М. В.** Направления повышения социально-экономической эффективности кредитных кооперативов: методический аспект / М. В. Антонова, Д. В. Ткачев. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 4(101). – С. 229–237.

3. **Исаенко, Е. В.** Вклад организаций потребительской кооперации в достижение целей устойчивого развития / Е. В. Isaenko, E. E. Tarasova, B. V. Igolkina. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 1(86). – С. 228–243.

4. **Клименко, О. И.** Анализ отечественной практики достижения экономических целей устойчивого развития / О. И. Клименко, И. Ю. Здоровенко. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 2(93). – С. 9–20.

5. **Кононенко, Р. В.** Актуализация оценки результатов деятельности предприятия на основе использования экономико-математических методов //

Р. В. Кононенко, Л. В. Соловьева, Р. А. Тедеева, Е. В. Токарь. – Текст : непосредственный // Региональная экономика. Юг России. – 2022. – № 2. – С. 152–165.

6. **Кришталь, Г. А.** Система оценки качества обслуживания и качества продаж в банковских учреждениях / Г. А. Кришталь. – Текст : непосредственный // Финансы и кредит. – 2015. – № 8(632). – С. 11–17.

7. **Серова, Е. Г.** Проблемы финансового положения организаций потребительской кооперации и пути их решения / Е. Г. Серова, В. В. Шеховцов. – Текст : непосредственный // Приоритетные направления развития экономики в условиях цифровизации : материалы Международной научно-практической конференции : в 2-х частях. – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2022. – С. 147–153.

8. **Степanova, С. М.** Управление качеством банковского обслуживания физических лиц / С. М. Степanova. – Текст : непосредственный // Современные научноемкие технологии. Региональное приложение. – 2020. – № 2(62). – С. 74–79.

9. **Теплов, В. И.** Устойчивое развитие и кооперативы: практический аспект / В. И. Теплов, Е. В. Isaenko, E. E. Tarasova. – Текст : непосредственный // Потенциал «зеленой» экономики и сельского туризма: перспективы устойчивого развития регионов : материалы Международной научно-практической конференции. – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2021. – С. 306–330.

10. **Черкашина, О. В.** Эффективное управление рисками как форма социальной ответственности кредитного кооператива / О. В. Черкашина. – Текст : непосредственный // Вестник Российского университета кооперации. – 2021. – № 2(44). – С. 92–97.

11. Отчеты о работе с обращениями: официальный сайт Банка России. – URL: <https://cbr.ru>. – Текст : электронный.

Antonova M.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate in Economics, Associate Professor, Chair of Finance and Customs Revenues

Tkachev D.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student

METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING THE QUALITY OF SERVICE FOR CREDIT CO-OPERATIVES' SHAREHOLDERS AS A TOOL FOR INCREASING THEIR SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY

Abstract. The purpose of the study is to develop methodological approaches for assessing the quality of service to shareholders of credit cooperatives (CCCs) to improve the socio-economic efficiency of the activities of the CCCs. The study used the socio-economic method of questioning, as well as statistical methods: coefficient method, index method, method of average values. To determine the main characteristics of the quality of service to shareholders, a questionnaire developed by the authors was used. The survey examined the opinions of 126 respondents. The main parameters that negatively affect the quality of service for shareholders when opening savings are: unfair informing of shareholders about the conditions of the cooperative's savings; non-transparent pricing of cooperative savings; imposing additional products when opening savings (tied sales). Based on these criteria, the authors developed indicators characterizing the level of dishonest information to shareholders; the level of non-transparent pricing for savings of a credit consumer cooperative and the level of related sales. These indicators served as the basis for determining indicators for a comprehensive assessment of the quality of service for shareholders when opening savings in a credit cooperative. The presented methodology is easy to interpret the obtained values and allows you to accurately determine whether the level of quality of service for shareholders is improving or decreasing. The disadvantage of the methodology is the complexity and relative labor intensity of obtaining initial data (for example, the number of complaints from shareholders about a credit cooperative).

Keywords: credit cooperative, shareholder, quality of service, savings.

References

1. Antonova, M.V., Chistnikova, I.V. (2014). Issledovaniye faktorov, prepriyatstvuyushchikh razvitiyu kreditnoy kooperatsii v Belgorodskoy oblasti [Study of factors hindering the development of credit cooperation in the Belgorod region]. Vestnik Belgorodskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta im. V.G. Shukhova [Bulletin of V.G. Shukhov Belgorod State Technological University]. 6, 132-137.
2. Antonova, M.V., Tkachev, D.V. (2023). Napravleniya povysheniya sotsial'no-ekonomicheskoy effektivnosti

kreditnykh kooperativov: metodicheskiy aspekt [Directions for increasing the socio-economic efficiency of credit cooperatives: methodological aspect]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4 (101), 229-237.

3. Isaenko, E.V., Tarasova, E.E., Igolkina, V.V. (2021). Vklad organizatsiy potrebitel'skoy kooperatsii v dostizheniye tseley ustoychivogo razvitiya [Contribution of consumer cooperation organizations to achieving sustainable development goals]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of

the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (86), 228-243.

4. Klimenko, O.I., Zdorovenko, I.Yu. (2022). Analiz otechestvennoy praktiki dostizheniya ekonomicheskikh tseley ustoychivogo razvitiya [Analysis of domestic practice in achieving economic goals of sustainable development]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 2 (93), 9-20.

5. Kononenko, R.V. et al. (2022). Aktualizatsiya otsenki rezul'tatov deyatel'nosti predpriyatiya na osnove ispol'zovaniya ekonomiko-matematicheskikh metodov [Updating the assessment of the enterprise's performance based on the use of economic and mathematical methods]. Regional'naya ekonomika. Yug Rossii [Regional Economy. South of Russia]. 2, 152-165.

6. Krishtal', G.A. (2015). Sistema otsenki kachestva obsluzhivaniya i kachestva prodazh v bankovskikh uchrezhdeniyakh [System for assessing the quality of service and quality of sales in banking institutions]. Finansy i kredit [Finance and Credit]. 8 (632), 11-17.

7. Serova, E.G., Shekhovtsov, V.V. (2022). Problemy finansovogo polozheniya organizatsiy potrebitel'skoy kooperatsii i puti ikh resheniya [Problems of the financial situation of consumer cooperation organizations and ways to solve them]. V sbornike: Prioritetnyye napravleniya razvitiya ekonomiki v usloviyakh tsifrovizatsii. Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. V 2-kh chastyakh [In the collection: Priority directions for

economic development in the context of digitalization. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. In 2 parts]. Belgorod. P. 147-153.

8. Stepanova, S.M. (2020). Upravleniye kachestvom bankovskogo obuzhivaniya fizicheskikh lits [Quality management of banking services for individuals]. Sovremennyye naukoyemkiye tekhnologii. Regional'noye prilozheniye [Modern high technology. Regional application]. 2 (62), 74-79.

9. Teplov, V.I., Isayenko, E.V., Tarasova, E.E. (2021). Ustoychivoye razvitiye i kooperativy: prakticheskiy aspekt [Sustainable development and cooperatives: a practical aspect]. V sbornike: Potentsial «zelenoy» ekonomiki i sel'skogo turizma: perspektivy ustoychivogo razvitiya regionov. Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [In the collection: The potential of the “green” economy and rural tourism: prospects for sustainable development of regions. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference]. Belgorod. P. 306-330.

10. Cherkashina, O.V. (2021). Effektivnoye upravleniye riskami kak forma sotsial'noy otvetstvennosti kreditnogo kooperativa [Effective risk management as a form of social responsibility of a credit cooperative]. Vestnik Rossiyskogo universiteta kooperatsii [Bulletin of the Russian University of Cooperation]. 2 (44), 92-97.

11. <https://cbr.ru>. ofitsial'nyy sayt Banka Rossii: Otchetы о работе с обрашениями [official website of the Bank of Russia: Reports on work with applications].

ПРАВИЛА НАПРАВЛЕНИЯ И ОПУБЛИКОВАНИЯ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ В ЖУРНАЛЕ «ВЕСТНИК БЕЛГОРОДСКОГО УНИВЕРСИТЕТА КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»

Правила направления научных статей

Статьи представляются в электронном виде через веб-интерфейс издательской системы на сайте <http://vestnik.buker.ru>.

Сведения об авторах располагаются перед названием статьи и должны содержать:

- Ф.И.О. полностью;
- полное название места работы или учебы авторов (для иногородних – город), должность, ученую степень, ученое звание;
- почтовый адрес с индексом, контактный телефон, адрес электронной почты (e-mail).

Все поступающие в редакцию материалы проверяются на наличие заимствований из открытых источников (проверка осуществляется с помощью системы AntiPlagiat.ru).

Правила опубликования научных статей

Статья принимается к опубликованию при условии, что текст статьи является окончательным, сведения, содержащиеся в тексте статьи, не содержат положений, нарушающих нормы действующего законодательства и права третьих лиц. Поправки, исправления и изменения в тексте ранее предоставленной статьи не допускаются.

Авторы, которые публикуются в журнале, соглашаются со следующими условиями:

- авторы сохраняют за собой авторские права на работу и передают журналу право первой публикации вместе с работой, одновременно лицензируя ее на условиях Creative Commons Attribution License, которая позволяет другим распространять данную работу с обязательным указанием авторства данной работы и ссылкой на оригиналную публикацию в этом журнале;
- авторы сохраняют право заключать отдельные, дополнительные контрактные соглашения на неэклюзивное распространение версии работы, опубликованной этим журналом (например, разместить ее в университетском хранилище или опубликовать ее в книге), со ссылкой на оригиналную публикацию в этом журнале.

Авторам разрешается размещать их работу в сети Интернет (например, в университете хранилище или на их персональном веб-сайте) до и во время процесса рассмотрения ее данным журналом, так как это может привести к

продуктивному обсуждению, а также к большему количеству ссылок на данную опубликованную работу.

Количество авторов статьи – не более трех.

Авторы, обучающиеся в аспирантурах образовательных организаций, имеют право на бесплатную публикацию материалов своих научных исследований. Статус аспиранта должен быть подтвержден справкой об учебе в аспирантуре. Статья аспиранта публикуется бесплатно при условии, что он является единственным автором работы.

С авторами заключается договор на оказание редакционно-издательских работ. Договоры в 2-х экземплярах могут быть представлены лично или направлены в редакцию журнала по почте: Россия, 308023, г. Белгород, ул. Садовая, 116 А, к. 214. Копию квитанции об оплате необходимо направить в редакцию по факсу +7 (4722) 26-07-47 или по электронной почте – сканированную копию (e-mail: vestnik@bukep.ru).

Публикуются только одобренные редакционной коллегией и оплаченные статьи.

Стоимость редакционно-издательских работ составляет 5 100 руб. (в т.ч. НДС 20%). Оплата редакционно-издательских работ производится только в случае, если редакцией принято решение о публикации статьи.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ ДЛЯ ОПУБЛИКОВАНИЯ

Статья принимается к опубликованию при условии, что текст статьи является окончательным, сведения, содержащиеся в тексте статьи, не содержат положений, нарушающих нормы действующего законодательства и права третьих лиц.

Статья представляется в редакцию журнала в одном файле, который должен содержать:

- индекс статьи по универсальной десятичной классификации (УДК);
- сведения об авторе;
- название статьи;
- аннотацию;
- ключевые слова;
- текст статьи, включая формулы, таблицы, рисунки;
- список литературы.

Сведения об авторе, название статьи, аннотация, ключевые слова и список литературы приводятся на русском и английском языках.

Перед названием статьи указывается индекс статьи по универсальной десятичной классификации (УДК) (слева).

Через интервал приводится **информация об авторах** (фамилия, имя, отчество полностью, ученая степень, ученое звание, место работы, должность, контактная информация) жирным шрифтом (Times New Roman 14 pt) с выравниванием по ширине.

Ниже через два интервала указывается **название статьи** прописными буквами жирным шрифтом (Times New Roman 14 pt) с выравниванием по центру.

Затем через два интервала приводится аннотация – краткая характеристика тематического содержания статьи. Объем аннотации – 150–250 слов независимо от языка. Содержание аннотации: цель, методы, результаты, выводы. Аннотация не структурируется по пунктам или абзацам. Аннотация оформляется обычным шрифтом (Times New Roman 11 pt) с выравниванием по ширине.

Через интервал после аннотации указываются **ключевые слова** – слова или словосочетания, несущие в тексте основную смысловую нагрузку.

Основной текст статьи рекомендуется структурировать по следующим разделам:

- **введение** (актуальность, обзор литературных источников, цель/задачи/рабочая гипотеза исследования);
- **методы исследования** (описание используемых методов исследования, включая описание исходных данных и источников их получения);
- **результаты исследования** (теоретические и эмпирические результаты исследования);
- **выводы и заключение** (выводы по результатам исследования, их теоретическая и практическая значимость, возможность использования в ходе дальнейших исследований).

Раздел может быть разделен на две части: выводы, заключение.

Названия разделов должны быть явно выделены по тексту статьи.

Форматирование основного текста. Поля страницы: левое – 3 см; правое – 1,5 см; верхнее, нижнее – 2 см. Текст печатается шрифтом Times New Roman 14 pt, межстрочный интервал – одинарный, красная строка (абзац) – 1,25 см, формат А4, выравнивание по ширине. Страницы не нумеруются.

Рисунки, схемы и диаграммы должны быть четкими, черно-белыми, ориентация страниц – книжная. Подпись под рисунками, схемами оформляется обычным шрифтом (Times New Roman 12 pt). Сокращения и аббревиатуры допускаются, но все они должны быть обязательно расшифрованы и пояснены при первом использовании в тексте.

Таблицы должны быть пронумерованы по порядку и иметь заголовки. Нумерационный заголовок (*Таблица 4*) должен быть набран светлым курсивом в верхнем правом углу. Тематический заголовок (название всей таблицы) –

жирным над таблицей по центру (шрифт Times New Roman 14 pt). При оформлении таблиц необходимо использовать книжную ориентацию текста. Размерность физических величин следует указывать в системе единиц СИ. В таблицах не следует приводить справочный материал, заменяя его ссылками на соответствующую литературу. Сноски, относящиеся к таблице, обозначаются звездочками (одной, двумя, ...) и помещаются под таблицей. Замечания общего характера к содержанию таблицы печатают под таблицей после слова Примечание.

Математические и физические формулы выполняются в редакторе формул Microsoft Office версии не ниже 2016.

Все данные должны иметь **ссылки на источник**. Ссылки на используемую в тексте информацию оформляются в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка». Ответственность за использование данных, не предназначенных для открытых публикаций, несут в соответствии с законодательством РФ авторы статей.

Ссылки на источник литературы указываются в квадратных скобках с номером, соответствующим номеру в списке литературы. *Сноски, приводимые на странице*, располагаются внизу страницы (шрифт Times New Roman 10 pt) и могут содержать следующие элементы: заголовок; основное заглавие документа; общее обозначение материала; сведения, относящиеся к заглавию; сведения об ответственности; сведения об издании; выходные данные; сведения об объеме документа (если ссылка на весь документ); сведения о местоположении объекта ссылки в документе (если ссылка на часть документа); сведения о серии; обозначение и порядковый номер тома или выпуска (для ссылок на публикации в многочастных или сериальных документах); сведения о документе, в котором опубликован объект ссылки; примечания; международный стандартный номер. Предписанный знак точку и тире, разделяющий области библиографического описания в сносках, как правило, заменяют точкой.

Флоренский П.А. У водоразделов мысли. М., 1990. Т. 2. С. 27.
Кутепов В.И., Виноградова А.Г. Искусство Средних веков. Ростов н/Д, 2006. С. 144–251.
История Российской книжной палаты, 1917–1935. М., 2006.

Повторную ссылку на один и тот же документ (группу документов) или его часть приводят в сокращенной форме при условии, что все необходимые для идентификации и поиска этого документа библиографические сведения указаны в первичной ссылке на него. Выбранный прием сокращения библиографических сведений используется единообразно для данного документа.

В повторной ссылке указывают элементы, позволяющие идентифицировать документ, а также элементы, отличающиеся от сведений в первичной ссылке. Предписанный знак точку и тире, разделяющий области

библиографического описания, в повторной библиографической ссылке заменяют точкой.

В повторной ссылке, содержащей запись на документ, созданный одним, двумя или тремя авторами, приводят заголовок, основное заглавие и соответствующие страницы. В повторной ссылке, содержащей запись на документ, созданный четырьмя и более авторами, или на документ, в котором авторы не указаны, приводят основное заглавие и страницы. Допускается сокращать длинные заглавия, обозначая опускаемые слова многоточием с пробелом до и после этого предписанного знака.

- Первичная* Гаврилов В.П., Ивановский С.И. Общество и природная среда. М.: Наука, 2006. 210 с.
- Повторная* Гаврилов В.П., Ивановский С.И. Общество и природная среда. С. 81.
- Первичная* Концепция виртуальных миров и научное познание / Рос. акад. наук, Ин-т философии. СПб., 2000. 319 с.
- Повторная* Концепция виртуальных миров ... С. 190.
- Первичная* Фенухин В.И. Этнополитические конфликты в современной России: на примере Северо-Кавказского региона : дис. ... канд. полит. наук. М., 2002. С. 54–55.
- Повторная* Там же. С. 68.

Список литературы приводится в конце рукописи в алфавитном порядке по фамилиям авторов или по мере упоминания в тексте в соответствии с ГОСТ Р 7.0.100–2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

Например:

1. ГОСТ Р 57564-2017. Организация и проведение работ по международной стандартизации в Российской Федерации : национальный стандарт Российской Федерации : издание официальное : утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28 июля 2017 г. № 767-ст. – Москва : Стандартинформ, 2017. – Текст : непосредственный.

2. Российская Федерация. Законы. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон : [принят Государственной думой 4 октября 1996 г. : одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 г. : с изменениями от 3 мая 2012 г.]. – Режим доступа : <http://www.rg.ru/2012/05/05/turizm-dok.html>. – Текст : электронный.

3. Аврамова, Е. В. Публичная библиотека в системе непрерывного библиотечно-информационного образования : специальность 05.25.03 «Библиотековедение, библиографоведение и книговедение» : диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Аврамова Елена Викторовна ; Санкт-Петербургский государственный институт культуры. – Санкт-Петербург, 2017. – 361 с. – Текст : непосредственный.

4. Азоев, А. Персонализация маркетинговых коммуникаций / А. Азоев. – Текст : непосредственный // Маркетинг. – 2010. – № 3 (112). – С. 66–67. – ISSN 2223-5641.

5. Кузнецов, Ю. В. Теория организаций : учебник для бакалавров / Ю. В. Кузнецов, Е. В. Мелякова. – Москва : Издательство «Юрайт», 2012. – 365 с. – ISBN 978-5-8231-0877-5. – Текст : непосредственный.

6. Лебедев, В. Г. Управление затратами на предприятии / В. Г. Лебедев, Т. Г. Дроздова, В. П. Кустарев / под общей редакцией Г. А. Краюхина. – Санкт-Петербург : Издательский дом «Бизнес-пресса», 2010. – 277 с. – ISBN 978-5-8231-0877-6. – Текст : непосредственный.

7. Матвеева, О. П. Повышение доходности внешней торговли товарами: таможенный аспект : монография / О. П. Матвеева, Е. Е. Ледовской, И. А. Коденко ; АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права». – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2018. – 230 с. – ISBN 978-5-8231-0877-5. – Текст : непосредственный.

8. Роздольская, И. В. Стратегическая направленность разработки функционально-целевой модели институционального менеджмента как нового прикладного направления современного управления / И. В. Роздольская, И. Н. Исманов. – Текст : непосредственный // Экономика и управление: инновационное решение проблем : материалы международной научно-практической конференции (2–5 апреля 2019) : в 3-х частях ; АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права». – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2019. – ISBN 978-5-8231-0916-1. – Часть 3. – С. 7–15. – ISBN 978-5-8231-0919-2 (Ч. 3).

9. Янина, О. Н. Особенности функционирования и развития рынка акций в России и за рубежом / О. Н. Янина, А. А. Федосеева // Социальные науки: social-economic sciences. – 2018. – № 1. – (Актуальные тенденции экономических исследований). – URL: http://academymanag.ru/jurnal/Yanina_Fedoseeva_2.pdf (дата обращения: 04.06.2018). – Текст : электронный.

В тексте статьи должны быть ссылки на все источники, приведенные в списке литературы.

Список литературы на **английском языке** приводится в соответствии со стилем **APA 6th – American Psychological Association, 6th Edition**.

Например:

Author, A. A., Author, B. B., & Author, C. C. (2005). Title of article. *Title of Journal*, 10(2), 49–53.

Рекомендации по переводу **русскоязычных** источников на английский язык: авторы (транслитерация), название статьи в транслитерированном

варианте [перевод названия статьи на английский язык в квадратных скобках], название русскоязычного источника (транслитерация) [перевод названия источника на английский язык].

Например:

Ivanov, I. I., Petrov, P. P., & Sidorov, S. S. (2005). Nazvanie stat'i [Title of article]. *Nazvanie zhurnala* [Title of Journal], 10(2), 49–53.

Онлайн-помощник в оформлении списка литературы на английском языке: <http://www.bibme.org/>.

Объем статьи, как правило, не должен превышать 10 страниц машинописного текста, включая список литературы.

Вниманию авторов: статьи, оформленные с нарушением настоящих Правил, редакцией не принимаются и направляются авторам на доработку без их рассмотрения по существу. Материалы, присланные в редакцию, авторам не возвращаются.

Этика научных публикаций

Политика международного научно-теоретического журнала «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права» в области этики научных публикаций опирается на рекомендации и стандарты Комитета по этике научных публикаций (The Committee on Publication Ethics – COPE <http://publicationethics.org>).

С этикой научных публикаций международного научно-теоретического журнала «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права» вы можете ознакомиться на сайте: <http://vestnik.bukep.ru>.

Оформление подписки на журнал

Журнал «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права» распространяется по подписке. Подписной индекс в Объединенном каталоге «Пресса России» – 18037.

Online-подписка:

<https://www.pressa-rf.ru/cat/1/edition/t18037/>;

https://www.akc.ru/itm/vestnik-belgorodskogo-universiteta-kooperat_sii-y_ekonomiki-i-prava/.

Подробную информацию авторы могут получить по телефону: (4722) 26-07-47, на сайте журнала: <http://vestnik.bukep.ru/>.

Журнал «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права» включен в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по следующим научным специальностям и соответствующей отрасли науки:

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика

(экономические науки)

и 5.2.6. Менеджмент (экономические науки).

БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

Почтовый адрес Белгородского университета
кооперации, экономики и права:

Россия, 308023, г. Белгород,
ул. Садовая, 116 А

тел. факс: (4722) 26-49-65
E-mail: common@bukep.ru
www.bukep.ru

Научно-исследовательский центр университета
тел.: (4722) 26-07-47
E-mail: pror-nr-pr@bukep.ru